

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.07 Введение в цифровые коммуникации

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Связи с общественностью

(наименование (специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.07 «Введение в цифровые коммуникации» является формирование у студентов индикаторов компетенций, предполагающих освоение теоретических основ менеджирования в сфере художественно-зрелищного обслуживания, концертной деятельности государственных и негосударственных организаций, а также культурно-развлекательного бизнеса; овладение практическими умениями и навыками, организации шоу-представления, гала-концертов, гастролей творческих коллективов.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.02.07 «Введение в цифровые коммуникации» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах.	УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития;
		УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;
		УК-5.3. Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения;
		УК-5.4. Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования;
		УК-5.5. Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий;
		УК-5.6. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.07 «Введение в цифровые коммуникации» является дисциплиной по выбору и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений – дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.07 «Введение в цифровые коммуникации».

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.07 «Введение в цифровые коммуникации» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	История, История рекламы и связей с общественностью, Политология	Иностранный язык, Русский язык как иностранный
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Литература	Копирайтинг в рекламе, История рекламы и связей с общественностью, Основы дизайна

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.02.07 «Введение в цифровые коммуникации» составляет 4 зачетных единицы.

*Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр						
		1	2	3	4	5	6	7
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34			34				
Лекции (ЛК)	17			17				
Лабораторные работы (ЛР)	-			-				
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17			17				
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	92			92				
<i>Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18			18				
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144		144				
	зач.ед.	4		4				

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Построение модели цифрового маркетинга, выбор коммуникационных инструментов	Тема 1.1. Учет приоритетов цифровизации маркетинга Развитие "узкого", "общего" и "суперискусственного" интеллекта. Направления внедрения искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность. Лучшее обслуживание клиентов с помощью облачных сетевых технологий. Проектирование клиентского опыта. Создание синергии омниканальности	ЛК, СЗ
	Тема 1.2. Формирование операционной модели цифрового маркетинга. Пять шагов структурирования модели цифрового маркетинга. Определение набора цифровых инструментов коммуникации для реализации модели. Выделение специфики цифровых инструментов	ЛК, СЗ
	Тема 1.3. Определение функционала маркетингового веб-аналитика и психолога по цифровым маркетинговым коммуникациям. Постановка задач специалистам по цифровой рекламе и маркетингованию интернет-магазина. Учет специфики работы в различных индустриях.	ЛК, СЗ
Раздел 2. Психология в маркетинговых веб-коммуникациях	Тема 2.1. Учет психологических приоритетов в построении веб-коммуникаций. Обеспечение требований к эргономичности веб-интерфейса. Ориентация на девять психологических эффектов коммуникации. Стимулирование коммуникационного эффекта	ЛК, СЗ
	Тема 2.2. Диагностика негативных психологических эффектов взаимодействия. Информационная перегруженность и рассогласованность информации об ассортименте (сбой эффекта понимания). Полисеманτικότητα информации о ценах (сбой эффекта понимания). Несоответствие описания	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	товара его реальным характеристикам (сбой эффектов понимания, доверия). Социальная неадекватность обращения к посетителю (сбой эффекта доверия). Сложность маркетингового сообщения о скидках (сбой эффекта понимания). Информационная недостаточность в описании товара (сбой эффекта понимания). Рассогласованность информации о товарах (сбой эффекта понимания). Нарушение логики маршрута посетителя (сбой эффектов внимания и понимания). Отсутствие информации о компании и нарушение обратной связи (сбой эффекта доверия). Нарушение психолингвистических и психосемантических требований к названию торговой марки (сбой эффекта понимания и запоминания)	
	Тема 2.3. Психологическая оценка визуализации веб-послания. Определение специфики восприятия визуального паттерна. Оценка визуализации страницы интернет-магазина. Использование технологии eye-tracking. Список рекомендованной литературы. Тест для кандидата на должность психолога по маркетинговым веб-коммуникациям	ЛК, СЗ

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Введение в цифровые коммуникации : учебное пособие / Л. Н. Жуковская, С. В. Костылева, В. С. Лузан [и др.] ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2016. – 188 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496978>

Дополнительная литература:

1. Байрнс У.Д. Менеджмент и культура=Management and the arts / У. Д. Байрнс ; под науч. ред. И. Чубарова ; пер. с англ. И. Кушнаревой. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 624 с.: ил. – (Исследования культуры). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577242>

2. Белова Е.В. Методы НЛП и арт-терапии в работе психолога и менеджера : учебное пособие / Е. В. Белова, Е. В. Зинченко ; Южный федеральный университет, Академия психологии и педагогики. – Таганрог: Южный федеральный университет, 2017. – 99 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492976>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- 2. Базы данных и поисковые системы:
 - электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
 - поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
 - поисковая система Google <https://www.google.ru/>
 - реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.07 «Введение в цифровые коммуникации» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины. <https://esystem.rudn.ru/course/index.php?categoryid=353>

РАЗРАБОТЧИКИ:

**Доцент, кафедра рекламы и
бизнес-коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

Осмоловская А.В.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Кафедра рекламы и бизнес-
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О.