

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 29.05.2023 12:01:09  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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.04.06 Практика цифровых коммуникаций**

(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):**

**Реклама**

(наименование (специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.04.06 «Практика цифровых коммуникаций» является формирование у обучающихся теоретических знаний и индикаторов компетенций, связанных с решением комплексных задач по анализу тенденций в сфере цифровых коммуникаций.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- формирование теоретических знаний, необходимых для организации и проведения цифровых коммуникаций;
- формирование знаний, необходимых для проведения комплексных интегрированных кампаний, рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью в цифровой среде;
- привитие навыков планирования и ведения рекламной кампании в цифровой среде;
- привитие навыков разработки и размещения контента в онлайн пространстве в условиях современной социокультурной и геополитической ситуации.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.04.06 «Практика цифровых коммуникаций» 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)
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по	ПК-4.1. Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
		ПК-4.2. Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную

<b>Шифр</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)</b>
	информационным ресурсам)	поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
		ПК-4.3. Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

### **3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.06 «Практика цифровых коммуникаций» является дисциплиной по выбору и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений – дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.04.06 «Практика цифровых коммуникаций».

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.04.06 «Практика цифровых коммуникаций» 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*

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики</b>
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для	Основы менеджмента, Социология	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика массовой информации

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)		

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.04.06 «Практика цифровых коммуникаций» составляет 2 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
Контактная работа, ак.ч.	34				34			
Лекции (ЛК)	17				17			
Лабораторные работы (ЛР)	-				-			
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17				17			
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	29				29			
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	9				9			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.				72			
	зач.ед.				2			

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Современные тенденции цифровых коммуникаций	Тема 1.1. Качественные изменения и новые тенденции коммуникативного дизайна, современные требования к проектным решениям в области UX и UI-дизайна; функциональное назначение цифровых коммуникаций, их социокультурная роль в современном обществе.	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 2. Визуальное мышление и эмоциональный интеллект в интерактивных коммуникациях, UX	Тема 2.1. Роль визуального мышления, эмоционального интеллекта, интуитивного восприятия в интерактивных коммуникациях; современные принципы восприятия, потребления и переработки информации; перцептивные возможности человека; психологический и физиологический аспекты визуальных коммуникаций; выявление общих закономерностей в триаде каналконтент-реципиент	ЛК, СЗ
Раздел 3. Алгоритмы проектных процессов цифровых коммуникаций и web-дизайна	Тема 3.1. Типология художественно-образных и UX-решений web-сайтов для разных областей назначения, среди которых: новостные сайты, сайты-визитки, продающие сайты, и пр.	ЛК, СЗ
	Тема 3.2. Аналоговое проектирование как метод глубокой проработки и анализа существующих аналогов web-дизайна, их функциональных и эстетических особенностей, принципов UX-дизайна сайтов	ЛК, СЗ
	Тема 3.3. Разработка собственной художественно-технической концепции сайта.	ЛК, СЗ
	Тема 3.4. Методы алгоритмизации проектных процессов; формирование шаблонных проектных решений; создание библиотек и баз данных, настройка оборудования	ЛК, СЗ
Раздел 4. Методы проектирования мобильных приложений и адаптивного дизайна	Тема 4.1. Современные методы и цифровые технологии (инструменты и аппаратные системы, программные средства, информационные системы) создания и редактирования мобильных приложений и их адаптивных версий	ЛК, СЗ
	Тема 4.2. Формирование системного, комплексного подхода к редактированию и адаптации web-дизайна мобильных приложений	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 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. Исакова И.А. Социальная реклама: учебно-методическое пособие / И. А. Исакова. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2015. — 105 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153390>

2. Социальная реклама: учебное пособие / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Вернадская, Т. А. Костылева [и др.]; под ред. Л. М. Дмитриевой. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 272 с. : ил., табл. — (Азбука рекламы). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685152>

*Дополнительная литература:*

1. Дилигенский Г.Г. Социально - политическая психология. М.: “Новая школа”, 2006

2. Селиверстов С.Э. Социальная реклама: искусство воздействия словом: сила слова, создание легенд, стратегия рекламы / Селиверстов С.Э. Самара: Бахрах-М, 2006.

3. Реклама: внушение и манипуляция. Самара, 2001.

4. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы / Р. И. Мокшанцев. М.: Инфра-М; Новосибирск: Сиб. соглашение, 2005.

5. Ромат, Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. СПб.: Питер, 2008.

6. Крылов И.В. Теория и практика рекламы. М.: изд-во 'Центр', 2006.

7. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. Часть II. Политическая реклама. Политический маркетинг. Управление рекламной кампанией. - М.: Евразийский регион, 2008.

8. Савельева, О. О. Введение в социальную рекламу / Ольга Савельева. М.: РИП-холдинг, 2007.

9. Моисеев В.А. Паблик рилейшнз – средство социальной коммуникации. Теория и практика. М.: Дакар, 2002.

10. Карпова Светлана Васильевна. Рекламное дело [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / С. В. Карпова. - 2-е изд., перераб. и доп.; Электронные текстовые данные. - М. : Юрайт, 2013. - 431 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - Системные требования: Windows XP и выше. - ISBN 978-5-9916-2399-5.

11. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: теория и практика. М.: Аспект Пресс, 2008.

12. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности. М.: РИОР, ИНФРА-М, 2019.

13. Ученова В.В. Старых Н.В. Социальная реклама: вчера, сегодня, завтра. М.: Индекс медиа, 2006.

*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](http://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.elsevierscience.ru/products/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.04.06 «Практика цифровых коммуникаций» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН. <https://esystem.rudn.ru/course/index.php?categoryid=353>

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Заведующая кафедрой рекламы и  
бизнес-коммуникаций**



**Трубникова Н.В.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Заведующая кафедрой рекламы и  
бизнес-коммуникаций**



**Трубникова Н.В.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.