

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.2022.14:53:48  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

**Институт мировой экономики и бизнеса**

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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Культура коммуникаций в цифровой сфере**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

**38.03.01 Экономика**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

**«Цифровая экономика»**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2022 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Целью освоения дисциплины «**Культура коммуникаций в цифровой сфере**» является формирование у студентов представления об особенностях цифровой среды, в частности коммуникаций в цифровой среде.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «**Культура коммуникаций в цифровой сфере**» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

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

| Шифр  | Компетенция   | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)   |
|-------|---|---|
| ОПК-3 | Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макроуровне | ОПК-3.1 Знает основные текущие процессы, происходящие в мировой и отечественной экономике<br>ОПК-3.2 Анализирует и интерпретирует данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявляет тенденции изменения социально-экономических показателей<br>ОПК-3.3 Понимает движущие силы и закономерности исторического процесса; события и процессы экономической истории |
| ОПК-6 | Способность использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач            | ОПК-6.1 Оценивает возможности и целесообразность использования цифровых технологий в профессиональной деятельности<br>ОПК-6.2 Использует для решения профессиональных задач современные цифровые технологии<br>ОПК-6.3 Анализирует и интерпретирует полученные данные и решения   |
| ПК-3  | Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг  | ПК-3.1 Изучает рынок, стоимость товаров и услуг, их характеристики, сегменты рынка<br>ПК-3.2 Использует знания конъюнктуры рынка для реализации товаров и услуг, умеет использовать различные методы анализа<br>ПК-3.3 Анализирует рынок, предлагает на этой основе определенные товары и услуги, может объяснить систему ценообразования по данным категориям товаров  |
| ПК-4  | Управление проектами в области ИТ на основе полученных, планов  | ПК-4.1 Понимает методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии финансовой информации  |

|      |  |  |
|------|--|--|
|      | проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров                              | экономического субъекта<br>ПК-4.2 Использует информационные технологии (программное обеспечение) в объеме, необходимом для составления финансовой отчетности   |
| ПК-7 | способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта | ПК-7.1 Знает принципы и подходы к формированию эффективных команд, основы построения эффективных коммуникаций<br>ПК-7.2 Умеет организовать работу малого коллектива, рабочей группы; разрешать конфликты в организационной среде; эффективно делегировать полномочия; использовать внутреннюю и внешнюю мотивацию при управлении трудовыми ресурсами организации; организовать выполнение конкретного порученного этапа работы, организовать работу малого коллектива, рабочей группы<br>ПК-7.3 Владеет навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнений поручений |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «**Культура коммуникаций в цифровой сфере**» относится к *вариативной* компоненте блока Б1.В.ДВ.05.02

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «**Культура коммуникаций в цифровой сфере**».

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

| Шифр  | Наименование компетенции  | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*  |
|-------|---|---|---|
| ОПК-3 | Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макроуровне | Микроэкономика, Экономическая география     | Институциональная экономика, Мировая экономика (на английском языке), Маркетинг, Международные экономические отношения, Трансформация финансового менеджмента в условиях цифровизации экономики, Электронная коммерция, Ценообразование в условиях цифровой экономики, Digital-маркетинг, Корпоративные |

|       |  |   |  |
|-------|--|---|--|
|       |  |   | финансы, Налоговые системы зарубежных стран, Международный инновационный бизнес, Международный IT-бизнес, Преддипломная практика   |
| ОПК-6 | Способность использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач   | Экономическая информатика, Электронное государство и умный город, Цифровая трансформация мировой экономики, История экономики, Экономика и религия, История международных отношений | Трансформация финансового менеджмента в условиях цифровизации экономики, Электронная коммерция, Электронная коммерция и цифровые рынки, Ценообразование в условиях цифровой экономики, Digital-маркетинг, Компьютерные инструменты в бизнес-аналитике (Big Data), Международные финансовые отношения в цифровой экономике, Развитие права в условиях цифровой экономики, Инновационный менеджмент, Рыночный анализ Блокчейн-проектов, Преддипломная практика |
| ПК-3  | Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг   |   | Электронная коммерция, Digital-маркетинг, Преддипломная практика   |
| ПК-4  | Управление проектами в области ИТ на основе полученных, планов проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров |   | Современные языки программирования (часть 2), Компьютерные инструменты в бизнес-аналитике (Big Data), Международные финансовые отношения в цифровой экономике, Инновационный менеджмент, Рыночный анализ Блокчейн-проектов, Преддипломная практика   |
| ПК-7  | способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта                                   | Основы риторики и коммуникация  | Трансформация финансового менеджмента в условиях цифровизации экономики, Развитие профессиональной карьеры в цифровой экономике, Преддипломная практика  |

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

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

Общая трудоемкость дисциплины «Культура коммуникаций в цифровой сфере» составляет 2 зачетные единицы.

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

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО,<br>ак.ч. | Семестр(-ы) |    |   |   |
|---|-----------------|-------------|----|---|---|
|   |                 | 3           | 4  | 5 | 6 |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 17              | 17          |    |   |   |
| В том числе:                              |                 |             |    |   |   |
| Лекции (ЛК)                               |                 |             |    |   |   |
| Лабораторные работы (ЛР)                  |                 |             |    |   |   |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 17              | 17          |    |   |   |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 55              | 55          |    |   |   |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. |                 |             |    |   |   |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.           | 72          | 72 |   |   |
|   | зач.ед.         | 2           | 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 технологии и коммуникации              | Тема 1.1. Особенности рекламы в условиях современных технологий   | СЗ                  |
|  | Тема 1.2. Этапы внедрения современных технологий  | СЗ                  |
|  | Тема 1.3. Специфика культуры коммуникаций в цифровой сфере  | СЗ                  |
| Раздел 2. Современные технологии, инструменты и коммуникации | Тема 2.1. Media Relations; PR в ИМК; PR-кампания; Аудитория PR-коммуникации; Внешние аудитории; Внутренние аудитории; Имидж; Имидж территории; Имидж товара; Индивидуальный имидж; Интегрированные коммуникации | СЗ                  |
|  | Тема 2.2. Интегрированные маркетинговые коммуникации: принципы и каналы научной обоснованности  | СЗ                  |
|  | Тема 2.3. Принципы связей с общественностью: пропаганда; прямой маркетинг; реклама; репутация; связи с общественностью;   | СЗ                  |

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 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)   |
|--|---|--|
| Специализированная аудитория           | Аудитория для проведения лекций и семинарских занятий, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и оборудованием.<br>(аудитории 327, 330, 333) | Комплект специализированной мебели, Экран настенный с электроприводом Cactus MotoExpert 150x200см (CS-PSME-200X150-WT), Проектор BenQ MH550, Микроскопы Биомед 4, Микмед 5, МБС 10, Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в том числе MS Office/ Office 365, Teams) |
| Для самостоятельной работы обучающихся | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели<br>(аудитория 18)                                    | Комплект специализированной мебели, Экран настенный с электроприводом Cactus MotoExpert 150x200см (CS-PSME-200X150-WT), Проектор BenQ MH550, Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в том числе MS Office/ Office 365, Teams)  |

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6 : 220.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

### *Дополнительная литература:*

### *Электронные и печатные полнотекстовые материалы:*

1. Лавриненко, В. Н. Деловая культура : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 118 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14632-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/489966> (дата обращения: 22.05.2022).
2. Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки : учебное пособие для вузов / А. Э. Курумчина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-

- 534-10770-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/494864> (дата обращения: 22.05.2022).
3. Таратухина, Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 324 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02346-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/489264> (дата обращения: 22.05.2022).
  4. Колосов, В. А. Организационная культура : учебное пособие для вузов / В. А. Колосов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14302-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/496958> (дата обращения: 22.05.2022).
  5. Дайер Д., Далзелл Ф., Олегаро Р. Procter & Gamble. Путь к успеху: 165-летний опыт построения брендов: Практическое руководство / Дайер Д., Далзелл Ф., Олегаро Р. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 524 с.: ISBN 978-5-9614-5785-8
  6. Дэвид, Мирман Скотт Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Дэвид Мирман Скотт. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 352 с.
  7. Миллер, М. YouTube для бизнеса. М.: МИФ, 2012. - 304 с.
  8. Парабеллум А., Мрочковский Н., Калаев В. Социальные сети. Источники новых клиентов для бизнеса, СПб., 2013 - 176с.
  9. Сенаторов А. Битва за подписчика в «Вконтакте»: SMM-руководство, Москва, 2016, - 168 с.
  10. Хайден, Б. Pinterest для бизнеса. М.: МИФ, 2013. - 208 с.
  11. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М., 2013, - 240 с.
  12. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. М.: Дашков и К, 2018. - 324 с.: ISBN 978-5-394-00792-7
  13. Шефер М. Маркетинг в Твиттере. М.: МИФ, 2013. - 224 с.
  14. Крис Смит. Конверсия. Как превратить лиды в продажи. — Москва: Альпина Паблишер, 2018. — 280 с.
  15. Щербаков С. Партизанский маркетинг в социальных сетях, СПб., 2015, - 170 с.
  16. Брайан Халлиган, Дхармеш Шах. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов = Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs (The New Rules of Social Media). — М.: «Диалектика», 2010. — 256 с. — ISBN 978-5-8459-1664-8
  17. Годин А.М. Инструменты современного маркетинга. Монография / А.М. Годин, О.А. Масленникова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014 – 179 с.
  18. Манн И. Маркетинг на 100%: ремикс. М.: МИФ, 2005. - 240 с.

### *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:

- NCBI: <https://p.360pubmed.com/pubmed/>
- Вестник РУДН: режим доступа с территории РУДН и удаленно <http://journals.rudn.ru/>
- Научная библиотека Elibrary.ru: доступ по IP-адресам РУДН по адресу: <http://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
- ScienceDirect (ESD), «FreedomCollection», "Cell Press" ИД "Elsevier". Есть удаленный доступ к базе данных, доступ по IP-адресам РУДН (или удаленно по индивидуальному логину и паролю).
- Академия Google (англ. Google Scholar) - бесплатная поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин. Индексирует полные тексты научных публикаций. Режим доступа: <https://scholar.google.ru/>
- Scopus - наукометрическая база данных издательства ИД "Elsevier". Доступ на платформу осуществляется по IP-адресам РУДН или удаленно. <http://www.scopus.com/>
- Web of Science. Доступ на платформу осуществляется по IP-адресам РУДН или удаленно. <http://login.webofknowledge.com/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Культура коммуникаций в цифровой сфере»
2. Лекционный материал

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **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 «Культура коммуникаций в цифровой сфере» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

Доцент, к.э.н.

Главина С.Г.

\_\_\_\_\_  
Должность, БУП

\_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Декан

Мосейкин Ю.Н.

\_\_\_\_\_  
Наименование БУП

\_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.



**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Руководитель программы  
«Цифровая экономика»

К.э.н.

Должность, БУП



Подпись

Главина С.Г.  
Фамилия И.О.