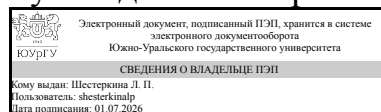


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.07 Цифровые коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

для направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

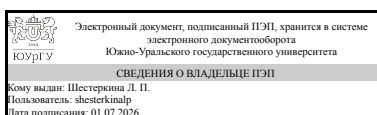
уровень Магистратура

форма обучения очно-заочная

кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

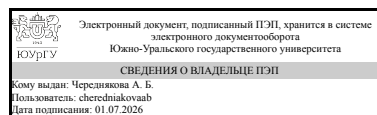
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 528

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
д.пед.н., доц., профессор



А. Б. Черediaкова

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся системы знаний о сущности, роли и месте цифровых коммуникационных технологий в рекламе и связях с общественностью. Привитие практических навыков в проведении маркетинговых исследований в сети Интернет с применением цифровых технологий. Задачи курса: 1. Ознакомить с основами цифровых коммуникационных технологий 2. Выработать навыки владения ключевыми компьютерными программами, знание которых повышает квалификационный уровень специалистов 3. Сформировать стремление к устранению ошибок в работе с компьютерными программами 4. Подготовить к созданию полноценных рекламных продуктов 5. Научить грамотному использованию цифровых коммуникационных технологий в различных коммуникационных и маркетинговых проектах

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина имеет практическую направленность, поэтому главное внимание при ее изучении уделяется выработке профессиональных умений использования компьютерных программ, способствующих квалифицированной работе специалистов по связям с общественностью и рекламе.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Знает: структуру информационных систем, обеспечивающих коммуникационные процессы в современных организациях Умеет: применять теоретические знания при решении практических задач в сфере PR и рекламы, используя возможности вычислительной техники и программного обеспечения Имеет практический опыт: работы с вычислительной техникой, прикладными программными средствами
ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает: . способы и приемы проведения анализа посредством информационных технологий, основные информационно-коммуникационные системы Умеет: определять коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании; определять внутренние и внешние аудитории разрабатывать коммуникационные тактики для выбранных целевых аудиторий; Имеет практический опыт: применения информационно-коммуникационных технологий в рекламной и PR-деятельности компаний
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные	Знает: принципы, методы и инструментарий стратегического планирования digitalкоммуникаций; основные информационно-

технологии	коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления цифровых медиа-коммуникации; методы и инструменты тактического планирования цифровых медиакоммуникаций и медиапланирования Умеет: создавать контент в различных цифровых и знаковых системах Имеет практический опыт: работы с информационными технологиями для повышения эффективности управления, а также с целью подготовки содержания и оформления рекламных и PR-сообщений
------------	--

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.02 История и методология науки	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.О.02 История и методология науки	Знает: теоретическую основу, основные периоды и этапы развития гуманитарных научных методов и направлений. Умеет: использовать полученные знания в анализе проблемных ситуаций и практической профессиональной деятельности Имеет практический опыт: критически анализировать ряд гуманитарных (лингвистических, литературоведческих и др.) научных направлений и методов на основе системного подхода

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		3
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0

Самостоятельная работа (СРС)	53,75	53,75
Проект имиджа сайта	17,75	17,75
Подготовка электронных презентаций	18	18
Мониторинг СМИ (составление таблицы)	18	18
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Интернет-коммуникации и их использование в PR и рекламе	10	4	6	0
2	Социальные сети и их рекламно-коммуникативные возможности	10	4	6	0
3	Сайты компаний как элемент имиджа	16	4	12	0
4	Мониторинг СМИ	12	4	8	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол- во часов
1	1	Интернет-коммуникации и их использование в PR и рекламе. Порталы и их возможности	4
2	2	Социальные сети и их рекламно-коммуникативные возможности. Рекламно-коммуникативные возможности соцсетей	4
3	3	Сайты компаний как элемент имиджа. Элементы имиджа сайта компании	4
4	4	Мониторинг СМИ. Мониторинговые технологии СМИ	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол- во часов
1	1	Знакомство с порталом Google, создание аккаунта.	6
2	2	Описание интернет-ресурса, посвященного PR или рекламе	6
3	3	Сбор и обработка информации об одной крупной российской компании. Создание проекта нового сайта компании и программы поддержания	6
4	3	Создание проекта нового сайта компании и программы поддержания	6
5	4	Мониторинг СМИ об одной из крупных российских компаний. Проект рекомендаций по улучшению имиджа компании.	6
6	4	Создание программы лояльности для выбранной компании.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Проект имиджа сайта	Советов Б. Я. Информационные технологии : учеб. для вузов по направлениям "Информатика и вычисл. техника" и "Информ. системы" / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. - 3-е изд., стер.. - М. : Высшая школа, 2006. - 262, [1] с.	3	17,75
Подготовка электронных презентаций	Советов Б. Я. Информационные технологии : учеб. для вузов по направлениям "Информатика и вычисл. техника" и "Информ. системы" / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. - 3-е изд., стер.. - М. : Высшая школа, 2006. - 262, [1] с. Советов Б. Я. Информационные технологии : учеб. для вузов по направлениям "Информатика и вычисл. техника" и "Информ. системы" / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. - 3-е изд., стер.. - М. : Высшая школа, 2006. - 262, [1] с.	3	18
Мониторинг СМИ (составление таблицы)	Информационные технологии в маркетинге [Текст] учеб. для вузов по экон. специальностям Г. А. Титоренко, Г. Л. Макарова, Д. М. Дайитбегов и др.; под ред. Г. А. Титоренко. - М.: ЮНИТИ, 2000. - 330, [5] с. ил.	3	18

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	3	Текущий контроль	Мониторинг СМИ (составление таблицы)	1	15	15 баллов – задания выполнены полностью; 10 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3 баллов – задания не закончены, раскрыты	зачет

						неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены	
2	3	Текущий контроль	Проект имиджа сайта	1	15	15 баллов – задания выполнены полностью; 10 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены	зачет
3	3	Текущий контроль	Анализ и доклад по теме	1	15	15 баллов – задания выполнены полностью; 10 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены.	зачет
4	3	Текущий контроль	презентация	1	15	15 баллов – задания выполнены полностью; 10 баллов – задания выполнены с достаточной степенью полноты; 5 баллов – задания выполнены удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответов; 3баллов – задания не закончены, раскрыты неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – задания не выполнены	зачет
5	3	Промежуточная аттестация	зачет	-	40	При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре за все виды работ. В том случае, если студент не набрал необходимое количество баллов для получения оценки "Зачтено" или желает повысить количество баллов - он сдает	зачет

					зачет устно, по билетам. Зачет проходит в форме устного ответа на вопросы. Суммарный балл зачета оценивается 40 баллами. В билете 2 вопроса. Максимальная оценка за каждый вопрос составляет 20 баллов. При оценке каждого вопроса используется шкала оценки: 20 баллов – вопрос раскрыт полностью; 15 баллов – вопрос раскрыт хорошо, с достаточной степенью полноты; 10 баллов – вопрос раскрыт удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответа; 5 баллов – ответ не является логически законченным и обоснованным, вопрос раскрыт неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – в ответе приводятся бессистемные сведения, относящиеся к поставленному вопросу, но не дающие ответа на него	
--	--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре за все виды работ. В том случае, если студент не набрал необходимое количество баллов для получения оценки "Зачтено" или желает повысить количество баллов - он сдает зачет устно, по билетам. Зачет проходит в форме устного ответа на вопросы. Суммарный балл зачета оценивается 40 баллами. В билете 2 вопроса. Максимальная оценка за каждый вопрос составляет 20 баллов. При оценке каждого вопроса используется шкала оценки: 20 баллов – вопрос раскрыт полностью; 15 баллов – вопрос раскрыт хорошо, с достаточной степенью полноты; 10 баллов – вопрос раскрыт удовлетворительно, имеются определенные недостатки по полноте и содержанию ответа; 5 баллов – ответ не является логически законченным и обоснованным, вопрос раскрыт неудовлетворительно с точки зрения полноты и глубины изложения материала; 0 баллов – в ответе приводятся бессистемные сведения, относящиеся к поставленному вопросу, но не дающие ответа на него	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
УК-1	Знает: структуру информационных систем, обеспечивающих коммуникационные процессы в современных организациях	+			++	
УК-1	Умеет: применять теоретические знания при решении практических задач в сфере PR и рекламы, используя возможности вычислительной техники и программного обеспечения	+				+
УК-1	Имеет практический опыт: работы с вычислительной техникой, прикладными программными средствами	+				+
ОПК-2	Знает: . способы и приемы проведения анализа посредством информационных технологий, основные информационно-коммуникационные системы		+			+
ОПК-2	Умеет: определять коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании; определять внутренние и внешние аудитории разрабатывать коммуникационные тактики для выбранных целевых аудиторий;		+		++	
ОПК-2	Имеет практический опыт: применения информационно-коммуникационных технологий в рекламной и PR-деятельности компаний		+		++	
ОПК-6	Знает: принципы, методы и инструментарий стратегического планирования digitalкоммуникаций; основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления цифровых медиа-коммуникации; методы и инструменты тактического планирования цифровых медиакоммуникаций и медиапланирования				+++	
ОПК-6	Умеет: создавать контент в различных цифровых и знаковых системах			+++		
ОПК-6	Имеет практический опыт: работы с информационными технологиями для повышения эффективности управления, а также с целью подготовки содержания и оформления рекламных и PR-сообщений			+++		

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. - 304, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Новые информационные технологии в образовании : Аналит. обзоры по основным направлениям развития высш. образования / Науч.-исслед. ин-т высш. школы (НИИВШ). - М., 1990-1995. -

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Маркетинговые коммуникации : 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2002-. -. URL: <http://www.grebennikoff.ru/product/1/>

2. Реклама. Теория и практика : ежекв. журн.: 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2006-2016. -
3. PR в России : междунар. проф. журн. / Изд. дом "Соврем. экономика". - М.. -. URL: <http://www.prjournal.ru/>
4. Пресс-служба : всерос. специализир. журн.: 16+ / Издат. дом "Имидж-Медиа". - М., 2011-2016. -

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Информационные технологии в профессиональной деятельности.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Информационные технологии в профессиональной деятельности.

Электронная учебно-методическая документация

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru/>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парты ученические – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Лекции	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парты ученические – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Зачет	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-

		образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Практические занятия и семинары	454(1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.