

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Юридический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Комкова Г.Н.
" 31 " 05 20 22г.

Рабочая программа дисциплины
Цифровые коммуникации

Направление подготовки бакалавриата
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очно-заочная

Саратов,
2022

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Д.М. Соколова Д.Ш. Смирнова		30.05.2022
Председатель НМК	Е.Н. Тогузаева		30.05.2022
Заведующий кафедрой	О.Ю. Голуб		30.05.2022
Специалист Учебного управления			

1. Цели освоения дисциплины

Предлагаемый курс содержит основные вопросы изучения проблем организации и функционирования цифровых коммуникаций, как неотъемлемой подсистемы современного общества, включающей как широкий набор средств и каналов цифровых коммуникаций, так и вопросы нормативного регулирования, кибербезопасности, кадрового обеспечения, инноваций и ключевых инвестиций в данной сфере.

Данный курс ставит и рассматривает научно-практические проблемы данной области, позволяет овладеть инструментарием по эффективному использованию экосистемы цифровых коммуникаций. Изучение курса ставит цель и решает комплекс задач по формированию у магистров фундаментальных знаний в области управления цифровыми коммуникациями и существующей практики создания цифровых коммуникаций.

Достижению цели дисциплины способствует решение следующих основных задач:

- изучение философско-концептуальных основ современных цифровых коммуникаций, обусловленных стратегическими целями развития общества;
- рассмотрение основных структур цифровых коммуникаций;
- формирование навыков анализа современного уровня развития ИКТ;
- развитие высокой информационной культуры;

изучение инструментов управления экосистемой цифровых коммуникаций в различных областях деятельности и на различных уровнях.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавров.

Дисциплина «Цифровые коммуникации» является дисциплиной базовой части, формируемой участниками образовательных отношений ООП по направлению подготовки 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» (Б1.О. 27). Она логически и содержательно связана с такими предшествующими дисциплинами " Мировая литература и искусство", "Культурология", " Основы интегрированных коммуникаций" Одновременно с данной дисциплиной преподаются такие дисциплины, как " Основы права и антикоррупционного поведения", " Графический дизайн в рекламе и связях с общественностью", " Теория и практика связей с общественностью", " Современные медиасистемы", которые непосредственно касаются ряда проблем курса.

Данная дисциплина имеет интеграционную направленность и для его освоения студенты должны обладать представлениями о роли и значении коммуникации для социальных субъектов, видах коммуникации, а также умения и навыкам в планирования и осуществления информационно-коммуникативных компаний.

3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 Учитывает достижения	Знать широкий спектр междисциплинарных подходов к анализу эффективности стратегических коммуникаций с учетом основных тенденций развития информационных и цифровых технологий;

<p>процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>отечественной и мировой культуры, а также средства Художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>принципы управления цифровыми коммуникациями компании Уметь ориентироваться в современном информационном пространстве, находить необходимые источники информации, верифицировать и определять достоверность информации; - применять современное программное обеспечение и интернет-сервисы в профессиональной сфере. использовать стратегический подход в управлении профессиональной деятельностью; Владеть - широким спектром методов анализа и оптимизации экосистемы цифровых коммуникаций; - навыками создания и презентации мультимедийного и текстового контента для сайтов и социальных, подготовки мультимедийных презентаций - навыками использования программного обеспечения и интернет-сервисов для управления рекламными и рг-кампаниями.</p>
--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины «Цифровые коммуникации». Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часа

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практ. занятия	СРС	
1.	Тема 1. Система цифровых коммуникаций: формирование и развитие	4		2	3	19	Опрос Кейс Подготовка презентаций

2.	Тема 2. Структура системы цифровой коммуникации: нормативное регулирование, инфраструктура, кибербезопасность.	4		2	3	19	Блиц-опрос Кейс Подготовка презентаций
3.	Тема 3. Ключевые факторы роста систем цифровых коммуникаций – Маркетплейс, Цифровое правительство, Единая программа лояльности.	4		2	4	19	Опрос Кейс Подготовка презентаций
4.	Тема 4. Поиск информации в сети Интернет, SEO	4		2	3	19	Подготовка эссе Опрос Участие в Практикуме
5.	Тема 5. Корпоративный сайт как основа цифровых – коммуникации, SMM, блогосфера	4		1	3	19	Подготовка эссе Опрос Участие в Практикуме
6.	Тема 6. Лидеры цифровых коммуникационных систем, краткая характеристика и ключевые показатели. Тренды экосистемы цифровых коммуникаций.	4		1	4	19	Подготовка эссе Опрос Участие в Практикуме Подготовка презентаций
7.	Промежуточная аттестация-36	4					Экзамен 36
	Всего- 180			10	20	114	

Содержание дисциплины

Тема 1. Система цифровых коммуникаций: формирование и развитие

Определение системы цифровых коммуникаций и информационной технологии. Классификация систем цифровых коммуникаций. Эволюция роли цифровых коммуникаций в бизнесе. Эффекты трансформации экономики за счет развития экосистемы цифровых коммуникаций. Понятие компьютерной сети. Классификация

компьютерных сетей. Локальная вычислительная сеть. Физическое представление сети: сетевые адаптеры, кабельное оборудование, рабочие станции, сервера, маршрутизаторы. Логическое представление: протоколы для передачи данных, иерархия протоколов, сервер, рабочие станции.

Тема 2. Структура системы цифровой коммуникации: нормативное регулирование, инфраструктура, кибербезопасность.

Закон о единой системе учета всей интернет-рекламы, ОРД, ЕРИР. Блогерский контент с обязательной маркировкой интеграций. Ответственность и правовые последствия нарушений. Направления защиты информации. Виды угроз безопасности. Методы защиты от удалённых атак. Адресация в Интернет, IP-адрес. Доменная система имен. Основные понятия компьютерной безопасности в Интернет. Системы электронной подписи. Классификация компьютерных вирусов. Разделение ресурсов и защита информации: авторизация, права доступа. Программные средства защиты информации.

Тема 3. Ключевые факторы роста систем цифровых коммуникаций – Маркетплейс, Цифровое правительство, Единая программа лояльности.

Структура и функции макетплейс. Принципы «открытого цифрового пространства и свободной конкуренции». Индексы лояльности и порядок их расчета. Цифровая коммуникация как фактор конкурентоспособности, позволяющая расширить периметр бизнеса и диверсифицировать его состав. CRM краткое понятие и основные преимущества использования. структура и параметры работы. CLTV, CSAT, NPS, CES, SKU, ERP.

Тема 4. Поиск информации в сети Интернет, SEO

Виды поиска в Интернете. Поисковые машины, технические характеристики организации машинного поиска. Характеристика основных поисковых систем Yandex и Google. Основные правила поиска информации в Интернет. Интернет-сервисы мониторинга в Интернете: Яндекс. Блоги, яндекс, вордстат, Google Trends, Фактива, Публичная библиотека, Lexis Nexis, Медиалогия, Integrum. Проблема достоверности информации в Интернет и распространений фейк-ньюс. Проблема защиты авторских прав на информацию в сети Интернет. Показатели для интернет-маркетинга: цена за клик, конверсия по транзакциям, возврат на инвестиции в рекламу, доля отказов, личные рекомендации.

Тема 5. Корпоративный сайт как основа цифровых – коммуникации, SMM, блогосфера

Преимущества и виды интернет-сайтов. Подготовительный этап в создании файла, отбор текстового и визуального оформления сайта. Структура сайта. Дизайн сайта. Техническое исполнение и системы управления сайтом (CMS). Тестирование сайта. Оценка сайта. Интернет-сервисы создания сайтов Google. Сайты, WordPress, Tilda. Особенности электронного PR-текста, Контент и его роль в интернет-коммуникации. Структура электронного рг-текста. Лид в структуре ргтекста. Правила написания лида. SEO - оптимизация сайта для поисковых систем. Основные правила оптимизации рг-текста для поисковых систем. Видео- и аудио-контент: создание, размещение и продвижение в сети Интернет.

Тема 6. Лидеры цифровых коммуникационных систем, краткая характеристика и ключевые показатели. Тренды экосистемы цифровых коммуникаций.

Лидеры цифровых коммуникационных экосистем. Цифровая бизнес-модель в рамках экосистемы цифровых коммуникаций и транзакция. Примеры лидеров цифровых коммуникационных. Развитием по пяти главным направлениям: • взаимодействие на основе потребительских интернет сервисов; • понимание и обработка Больших Данных; • связь Индустрии 4.0; • облака, облачные приложения и сервисы; • конвергенция. Тренды интернет маркетинга: программы обмена мгновенными сообщениями, блоги, хранилища данных, файлообменные сети, онлайн переводчики. Управление цепями поставок –SCM, электронная коммерция. Машинное обучение и анализ данных: процесс

принятия решений, работа с естественным языком/текстом. Умные услуги на основе выявления поведенческих характеристик потребителей. Психометрический анализ личности по поведению в социальных сетях.

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

При реализации компетентного подхода используются активные и в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

В учебном процессе при реализации компетентного подхода в рамках дисциплины «Цифровые коммуникации» используются активные и интерактивные формы проведения занятий: классические лекционные методы, практические занятия, самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя, деловые и ролевые игры, разбор конкретных коммуникационных планов организаций.

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий:

- моделирование систем различных теоретических позиций группами учащихся для проведения полемики каждого из представителей этих групп на предмет эффективности данных систем;

- проведение деловых игр, имитирующих применение методов рекламного творчества, исследований, разработки системы стратегических коммуникаций;

- анализ конкретных ситуаций;

- подготовка и защита самостоятельных учебных проектов по разработке плана стратегических коммуникаций.

- при проведении занятий со студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные для них образовательные технологии. Форма проведения занятий для студентов-инвалидов определяется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, и может включать в себя устные, письменные на бумаге, письменные на компьютере и иные виды образовательной активности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 50% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 50% аудиторных занятий.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для слабовидящих:

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для глухих и слабослышащих:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости аспирантам предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания по желанию аспирантов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Самостоятельная работа по дисциплине включает рефлексивно-аналитическую проработку изученного материала, работу с учебной литературой и другими источниками информации, подготовку рефератов, работу с психологическими тренажерами и решение практических психологических задач, эвристическую самостоятельную работу по самопознанию и саморазвитию. Конкретные формы выполнения самостоятельной работы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических возможностей. Система проверки знаний по дисциплине включает опрос, тестирование, решение практических задач. Форма представления результатов (устно, письменно, с использованием компьютера) устанавливается с учетом индивидуальных психофизических возможностей. Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий.

6.1. Виды самостоятельных работ

Раздел / Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Тема 1-3	Подготовка выступлений, подготовка к опросу, выполнение кейса	<p>Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С.В. Володенков. — Москва: Издательство Московского университета; Проспект, 2015. — 272 с. - ISBN 978-5-19-010946-7. - Текст: электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/1022912</p> <p>Горфинкель В.Я. Коммуникации и корпоративное управление: учебное пособие / В.Я. Горфинкель, В.С. Торопцов, В.А. Швандар. - М.: Юнити-Дана, 2017. - 129 с. – ISBN 5-238-00923-2; То же [Электронный ресурс]. – ЭБС IPRbooks</p> <p>Политика и Интернет: монография / Г.Л. Акопов. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 202 с. — (Научная мысль). — www.dx.doi.org/10.12737/4155. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/1016684</p> <p>Информационные технологии в юридической деятельности: Учебное пособие / Ельчанинова Н.Б. - Таганрог: Южный федеральный университет, 2016. - 128 с.: ISBN 978- 5-9275-2197-5 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/994845</p> <p>Основы правовой информатики и информатизации правовых систем: учеб.</p>

		<p>пособие / В.М. Казиев, К.В. Казиев, Б.В. Казиева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2017. - 336 с. - ISBN 978-5-9558-0494-1 (Вузовский учебник); ISBN 978-5-16-011828-4 (ИНФРА-М, print); ISBN 978-5-16-104376-9 (ИНФРА-М, online). - Текст: электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/545154</p> <p>Шпаковский В.О. Интернет-журналистика и интернет-реклама: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. — М.: Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. ЭБС Znanium</p>
Тема 4-6	Подготовка эссе Опрос Участие в практикуме	<p>Матвеева М.А. Реклама и PR-Интернет: методическое пособие / М.А. Матвеева В.Н. Молибог. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/86412.html</p> <p>Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова; под редакцией Н. Нарциссовой. — 2-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 408 с. — ISBN 978-5-9614-4754-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/86789.html</p> <p>Фатхуллина Л. З., Никитина Т. Н. Теория и практика коммуникаций: учебное пособие/ Л. З. Фатхуллина, Т. Н.Никитина. — Казань: Отечество, 2021. — 86 с. ISBN 978-5-9222-1549-7 ЭБС IPRbooks</p>

Итого часов на самостоятельную работу - 94 часов

6.2 Порядок выполнения самостоятельной работы

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. Для успешной работы на семинаре студент должен прочесть указанную преподавателем литературу, активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и дать им аргументированную оценку. Именно устные выступления слушателей на семинарах являются главным критерием высокой итоговой оценки.

В процессе изучения дисциплины используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы, проектирование.

В рамках самостоятельной работы студент должен:

- исследовать дополнительную учебную и научную литературу;
- разбирать конкретные кейсы;

- работать с учебником и учебно-методическим материалом, самостоятельно изучать отдельные разделы дисциплины;
- выполнить предложенные творческие упражнения и задания, подготовить презентации для выступления.

Одним из основных видов задания управляемой самостоятельной работы является подготовка эссе по предложенной тематике с последующим выставлением работ на образовательном портале.

Эссе – это работа небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

В качестве тем предлагаются различные аспекты роли стратегической коммуникации в корпоративном управлении.

1. Объем работы не должен превышать 5 страниц формата А4, рекомендуемый шрифт – Times New Roman, кегль 12 интервал 1,5

2. Введение обозначает намерения автора и общий контекст, необходимый для понимания и последующего изложения. Как правило, заканчивается введение тезисом или тезисами.

3. В каждом абзаце основной части обычно обсуждается фрагмент тезиса, сформулированного во введении. В совокупности абзацы основной части должен полностью раскрыть заявленный автором тезис. Абзацы должны быть логически связаны между собой.

4. Заключение должно подводить итог работе, содержать решение обсуждаемой проблемы, рекомендации или прогноз.

5. Критерии оценки:

1. сформулированная авторская позиция (тезисы);
2. обоснование позиции аргументами и доказательствами;
3. рассмотрение (видение) разных позиций;
4. отделение фактов от мнений;
5. полнота раскрытия темы;
6. структурированность и логичность текста.

Примерный список тем эссе:

1. Сквозные цифровые технологии.
2. Показатели эффективности интернет-маркетинга.
3. Примеры эффективных CRM
4. Новые участники рынка цифровых коммуникаций
5. Характеристика и взаимосвязь внешних цифровых коммуникаций организации
6. Платформы внутренних цифровых коммуникаций
7. Особенности создания и продвижения цифрового контента на различных платформах и социальных сетях
8. Построение прогнозных цифровых моделей
9. Каналы распространения цифрового контента: взаимосвязь, различия и сходства
10. Оформление корпоративного аккаунта в социальных сетях
11. Разработка и продвижение вебинара.

12. Цифровые платформы организации регистрации на мероприятия проекта
13. Инструменты внутренних цифровых коммуникаций проекта на платформе ERP-системы
14. Критерии эффективности внешних и внутренних цифровых коммуникаций
15. Маркетплейс

6.3. Контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в форме экзамена

1. Этапы формирования и развитие систем цифровых коммуникаций в цифровой экономике.
2. Шестью основных элементов цифровой бизнес-модели.
3. Перечислите элементы цифровой экосистемы.
4. Выделите ключевые элементы системы цифровых коммуникаций. Обоснуйте ответ практическими примерами.
5. Классификация экосистем цифровых коммуникаций.
6. Ключевые факторы роста экосистем цифровых коммуникаций
7. Раскройте понятие «маркетплейс», через его роль в системе цифровых коммуникаций.
8. Раскройте понятие «единая программа лояльности», через его роль в системе цифровых коммуникаций.
9. Раскройте понятие цифровое правительство, через его роль в системе цифровых коммуникаций.
10. Лидеры платформенных решений международных цифровых системы.
11. Лидеры российских систем цифровых коммуникаций.
12. Проблемы и ограничения потребителей и персонала в условиях процессов цифровизации и искусственного интеллекта.
13. Преимущества потребителей в условиях процессов цифровизации и искусственного интеллекта.
14. Преимущества персонала в условиях процессов цифровизации и искусственного интеллекта.
15. Краткая характеристика и перспективы развития организации лидера в экосистеме цифровых коммуникаций.
16. Цифровая коммуникация как фактор конкурентоспособности, позволяющая расширить периметр бизнеса и диверсифицировать его состав.
17. Показатели для оценки эффективности цифровых коммуникаций организации.
18. Индексы лояльности и порядок их расчета.
19. CRM краткое понятие и основные преимущества использования.
20. Экосистема цифровых коммуникаций в управлении жизненным циклом клиента.
21. Сравнительная оценка эффективности CRM систем для клиентов организации по рекомендуемым Вами критериям.
22. Примеры инновации бизнес-моделей в экосистеме цифровых коммуникаций.
23. Цифровые индексы конкурентоспособности.
24. Современные тренды цифровых коммуникаций в РиСО.
25. Кластеры системы цифровой коммуникации.
26. Проблемы развития и внедрения сквозных цифровых технологии.
27. Примеры систем цифровых коммуникаций.
28. Нормативное регулирование системы цифровой коммуникации.
29. Кибербезопасность системы цифровой коммуникации.
30. Примеры конвергенции в системе цифровых коммуникации.

6. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1. Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
4	10	0	30	30	0	0	30	100

Программа оценивания учебной деятельности студента

Лекции:

Посещаемость, опрос, активность и др. за 4 семестр – от 0 до 10 баллов

Лабораторные занятия

Не предусмотрены

Практические занятия

Посещение практических занятий в 4 семестре – от 0 баллов

до 30 баллов

Контроль выполнения практических заданий (опрос, реферат) в течение 4 семестра – от 0 до 30 баллов

Самостоятельная работа

Подготовка рефератов, докладов, эссе темам курса (от 0 до 30 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено

Другие виды учебной деятельности

Не предусмотрено

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в устной форме по вопросам для промежуточной аттестации. При определении диапазона баллов при аттестации преподаватель может воспользоваться следующим примером ранжирования: Искрывающий ответ по вопросам курса – 25-30 баллов

Верный ответ с незначительными ошибками и пробелами - от 19 до 24 баллов

Верный ответ со значительными недочетами - от 11 до 18 балл

Неверный ответ с серьезными недочетами - от 0 до 10 баллов

ответ на «отлично» оценивается от 25 до 30 баллов;

ответ на «хорошо» оценивается от 19 до 24 баллов;

ответ на «удовлетворительно» оценивается от 11 до 18 баллов;

ответ на «неудовлетворительно» оценивается от 0 до 10 баллов.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за четвертый семестр по дисциплине «Цифровые коммуникации» составляет 100 баллов.

Таблица 2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «цифровые коммуникации» в оценку (экзамен):

86 - 100 баллов	«отлично»
71 - 85 балла	«хорошо»
60 - 70 баллов	«удовлетворительно»
0 - 59 баллов	«не удовлетворительно»

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины литература:

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С.В. Володенков. — Москва: Издательство Московского университета; Проспект, 2015. — 272 с. - ISBN 978-5-19-010946-7. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1022912>

Горфинкель В.Я. Коммуникации и корпоративное управление: учебное пособие / В.Я. Горфинкель, В.С. Торопцов, В.А. Швандар. - М.: Юнити-Дана, 2017. - 129 с. - ISBN 5-238-00923-2; То же [Электронный ресурс]. - ЭБС IPRbooks

Информационные технологии в юридической деятельности: Учебное пособие / Ельчанинова Н.Б. - Таганрог: Южный федеральный университет, 2016. - 128 с.: ISBN 978-5-9275-2197-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/994845>

Матвеева М.А. Реклама и PR-Интернет: методическое пособие / М.А. Матвеева В.Н. Молибог. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86412.html>

Основы правовой информатики и информатизации правовых систем: учеб. пособие / В.М. Казиев, К.В. Казиев, Б.В. Казиева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2017. - 336 с. - ISBN 978-5-9558-0494-1 (Вузовский учебник); ISBN 978-5-16-011828-4 (ИНФРА-М, print); ISBN 978-5-16-104376-9 (ИНФРА-М, online). - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/545154>

Политика и Интернет: монография / Г.Л. Акопов. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Научная мысль). — www.dx.doi.org/10.12737/4155. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1016684>

Шпаковский В.О. Интернет-журналистика и интернет-реклама: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. — М.: Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. ЭБС Znanium

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

<http://www.wciom.ru> – Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)

<http://www.wapor.org> – Всемирная ассоциация исследований общественного мнения.

<http://www.gallup.ru> – Gallup LTD.

<http://www.pronline.ru> – Ежедневно обновляемое электронное издание о PR, маркетинге и рекламе.

<http://www.isras.ru/> – Институт социологии Российской академии наук.

АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России // <http://www.akarussia.ru/>

Ассоциация рекламодателей // <http://www.assadv.ru/>

Национальная рекламная ассоциация // <http://www.rosnra.ru/> РФР.

Ассоциация Рекламная Федерация Регионов // <http://www.rfr.ru/>

<https://delovoymir.biz/>

<http://www.advi.ru>

<http://www.nuap.ru>

<http://www.pr4u.ru>

<http://www.pr-dialog.ru>

<http://www.pronline.ru>

<http://www.pr-professional.ru>

<http://www.press-service.ru>

<http://www.expert.ru>

Лицензионное программное обеспечение

ОС Windows

пакет программ Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Занятия по данной дисциплине проходят в лекционных аудиториях, оснащенных средствами мультимедийной презентации (проектор, интерактивная доска). Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной библиотечной системе.

Аудиторные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие программе дисциплины.

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими, в том числе, обучаться студентам с ограниченными возможностями здоровья.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Автор к.э.н.,

доцент кафедры социальных коммуникаций

к.филос.н., доцент кафедры социальных коммуникаций

Д.Ш.Смирнова

Д.М. Соколова

Программа одобрена на заседании кафедры социальных коммуникаций от 30.05.2022 года, протокол № 11.