

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКО  
юридический факультет



УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета

" 31 " 05 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
Экосистема цифровых коммуникаций

**Направление подготовки магистратуры**  
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника  
Магистр

Форма обучения  
заочная

Саратов,  
2022

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

### **1. Цели освоения дисциплины**

Предлагаемый курс содержит основные вопросы изучения проблем организации и функционирования экосистемы 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 экосистем 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 экосистем 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 магистратуры.**

Дисциплина «Экосистема цифровых коммуникаций» является дисциплиной базовой части, формируемой участниками образовательных отношений ООП по направлению подготовки 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» (Б1.О.01). Аналогически и содержательно связана с такими предшествующими дисциплинами "Теория и практика связей с общественностью и рекламы", "Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью", "Корпоративные коммуникации". Одновременно с данной дисциплиной преподаются такие дисциплины, как "Управление общественным мнением", "Управление коммуникационными проектами", "Управление PR-агентством и PR-отделом в организации", "Управление рекламным агентством и рекламным отделом в организации", 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**

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
---------------------------------------	---	----------------------------

<p><b>ПК-3</b> Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p><b>ПК-3.1.</b> Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями). <b>ПК-3.2.</b> Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных</p>	<p><b>Знать</b> - основные тенденции развития информационных и цифровых технологий; - сущность основные принципы, методы и средства организации профессиональной деятельности с помощью информационных технологий <b>Уметь</b> - ориентироваться в современном информационном пространстве, находить необходимые источники информации, верифицировать и определять достоверность информации; - применять современное программное обеспечение и интернет-сервисы в профессиональной сфере. <b>Владеть</b> - навыками поиска и</p>
	<p>мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями <b>ПК-3.3.</b> Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации <b>ПК-3.4.</b> Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>верификации информации - 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 pr-кампаниями.</p>

**4. Структура и содержание дисциплины «Экосистема цифровых коммуникаций».**  
Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины			Виды учебной работы, включая самостоятельн	Формы текущего контроля успеваемости
-------	-------------------	--	--	--	--------------------------------------

				ую работу студентов и трудоемкость (в часах)	(по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)					
			лекции	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1029 439 1171 577">Практические занятия</td> <td data-bbox="1171 439 1270 745" rowspan="2">СРС</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1029 577 1098 745">Общая трудоемко</td> <td data-bbox="1098 577 1171 745">Из них – практики</td> </tr> </table>	Практические занятия		СРС	Общая трудоемко	Из них – практики	
Практические занятия		СРС								
Общая трудоемко	Из них – практики									

				сть	чес кая под гот овк а		
1.	Тема 1. Экосистема цифровых коммуникаций в цифровой экономике: формирование и развитие	1	2			34	Опрос
<b>Устан.сессия 1 семестр</b>			<b>2</b>			<b>34</b>	
2.	Тема 2. Структура экосистемы цифровой коммуникации: нормативное регулирование, инфраструктура, кибербезопасность.	1	1	1	1	10	Блиц-опрос Кейс
3.	Тема 3. Ключевые факторы роста экосистем цифровых коммуникаций – Маркетплейс, Цифровое правительство, Единая программа лояльности.	1		2	2	11	Опрос Кейс
4.	Тема 4. Лидеры цифровых коммуникационных экосистем, краткая характеристика и ключевые показатели.	1		2	2	10	Подготовка эссе Опрос Участие в практикуме
5.	Тема 5. Тренды и динамика инноваций и инвестиций экосистемы цифровых коммуникаций	1	1	1	1	11	Подготовка эссе Опрос Участие в практикуме
6.	Тема 6. Проблемы и ограничения потребителей и персонала в условиях процессов цифровизации и искусственного интеллекта.	1		2	2	11	Подготовка эссе Опрос Участие в практикуме

7.	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>1</b>					<b>Экзамен 9</b>
	<b>Итого 108 часов</b>		<b>2</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>53</b>	

## **Содержание дисциплины**

### **Тема 1. Экосистема цифровых коммуникаций в цифровой экономике: формирование и развитие.**

Определение экосистемы цифровых коммуникаций и информационной технологии. Классификация экосистем 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 экосистемы 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 удаленных 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 экосистем цифровых коммуникаций – Маркетплейс, Цифровое правительство, Единая программа лояльности.**

Модели электронного правительства, их специфика и связь с политической системой. Развитие «электронного правительства». Преимущества внедрения и использования проекта «электронное правительство». Особенности реализации подхода в развитых странах мира. Защита информации «электронного правительства». Правительство 2.0: применение веб-технологий и социальных сетей в государственном управлении. Принципы «открытого цифрового пространства и свободной конкуренции». Индексы лояльности и порядок их расчета.

### **Тема 4. Лидеры цифровых коммуникационных экосистем, краткая характеристика и ключевые показатели.**

Лидеры цифровых коммуникационных экосистем. Цифровая бизнес-модель в рамках экосистемы цифровых коммуникаций и транзакция. Примеры лидеров цифровых коммуникационных. 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 5. Тренды и динамика инноваций и инвестиций экосистемы цифровых коммуникаций**

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.

#### **Тема 6. Проблемы и ограничения потребителей и персонала в условиях процессов цифровизации и искусственного интеллекта.**

Сквозные цифровые технологии. Показатели для интернет-маркетинга: цена за клик, конверсия по транзакциям, возврат на инвестиции в рекламу, доля отказов, личные рекомендации. Место ERP-системы в информационном пространстве предприятия. Общий обзор информационной модели предприятия в системе 1С: ERP. Параметрическая настройка системы. Выстраивание цифровых коммуникаций по линии цепи поставок организации: "закупки-снабжение-склад-производство-продажи".

#### **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 «Управление стратегическими коммуникациями» 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.

#### **Виды самостоятельных работ**

Раздел / Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Тема 1-3	Подготовка выступлений, подготовка к	Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного

	<p>опросу,выполнение кейса</p>	<p>политического управления / С.В. Володенков. — Москва: Издательство Московского университета; Проспект, 2015. — 272 с. - ISBN 978-5-19-010946-7. - Текст: электронный. - URL: <a href="http://znanium.com/catalog/product/1022912">http://znanium.com/catalog/product/1022912</a></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). — <a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/4155">www.dx.doi.org/10.12737/4155</a>. - Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog/product/1016684">http://znanium.com/catalog/product/1016684</a></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: <a href="http://znanium.com/catalog/product/994845">http://znanium.com/catalog/product/994845</a></p> <p>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: <a href="http://znanium.com/catalog/product/545154">http://znanium.com/catalog/product/545154</a></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>
<p>Тема 4-6</p>	<p>Подготовка эссе Опрос Участие в практикуме</p>	<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:</p>

		<p><a href="http://www.iprbookshop.ru/86412.html">http://www.iprbookshop.ru/86412.html</a></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: <a href="http://www.iprbookshop.ru/86789.html">http://www.iprbookshop.ru/86789.html</a></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 - 97 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 – TimesNewRoman, 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 «Экосистема цифровых коммуникаций»**

**Вопросы к экзамену**

1. Этапы формирования и развитие экосистема цифровых коммуникаций в цифровой экономике.

2. Шестью основных элементов цифровой бизнес-модели.
3. Перечислите элементы цифровой экосистемы.
4. Выделите ключевые элементы экосистемы 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 экосистеме цифровых коммуникаций.
8. Раскройте понятие «единая программа лояльности», через его роль в экосистеме цифровых коммуникаций.
9. Раскройте понятие цифровое правительство, через его роль в экосистеме цифровых коммуникаций.
10. Лидеры платформенных решений международных цифровых экосистемы.
11. Лидеры российских экосистем 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. Индекс электронного правительства (E-GovernmentDevelopmentIndex) ООН.
24. Современные тренды цифровых коммуникаций в РиСО.
25. Кластеры экосистемы цифровой коммуникации.
26. Проблемы развития и внедрения сквозных цифровых технологии.
27. Примеры систем цифровых коммуникаций в госуслугах.
28. Нормативное регулирование экосистемы цифровой коммуникации.
29. Кибербезопасность экосистемы цифровой коммуникации.
30. Примеры конвергенции в экосистеме 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
1 (устан.сессия)	5	0	0	0	0	0	0	5
	5	0	30	30	0	0	30	95

### **Программа оценивания учебной деятельности студента**

#### **Лекции:**

Посещаемость, опрос, активность и др. за **1 семестр** – от 0 до 10 баллов

#### **Лабораторные занятия**

Не предусмотрены

#### **Практические занятия**

**Посещение практических занятий в 1 семестре** – от 0 баллов до 30 баллов

Контроль выполнения практических заданий (опрос, реферат) в течение **1 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:  
Исчерпывающий 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 «Экосистема цифровых коммуникаций» составляет 100 баллов.

Таблица 2. Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Экосистема цифровых коммуникаций» 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](http://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.waporg.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://delovoyimir.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 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Автор к.э.н.,

доцент кафедры социальных коммуникаций Д.Ш. Смирнова

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