

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГАОУ ВО РГГУ)**

Институт Массмедиа и рекламы

Факультет Рекламы и связей с общественностью

Кафедра Интегрированных коммуникаций и рекламы

**ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ / DIGITAL  
TECHNOLOGIES IN MARKETING COMMUNICATIONS**

**Рабочая программа дисциплины**

по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность подготовки «Брендинг и деловая репутация / Branding and  
Goodwill»

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения – очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

**ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ / DIGITAL  
TECHNOLOGIES IN MARKETING COMMUNICATIONS**

Рабочая программа дисциплины

Составитель: к.э.н., Савельева Е.Ю.

**УТВЕРЖДЕНО**

Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы  
№ 3 от 30.10.2024

## СОДЕРЖАНИЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ.....	
1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы....	5
2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	9
5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ.....	10
5.1. Система оценивания.....	10
5.2. Критерии выставления оценок.....	12
5.3. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	15
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
6.1. Список источников и литературы.....	18
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля).....	18
7. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	20
8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	21
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ.....	23
9.1. Планы практических (семинарских) и лабораторных занятий. Методические указания по организации и проведению	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
9.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	27
9.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	29
9.4. Иные материалы.....	29
АННОТАЦИЯ.....	33

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

*Цель дисциплины:* овладение студентами знания и навыки, необходимые для эффективно-го использования цифровых технологий в маркетинге

*Задачи дисциплины:*

- выработать навыки использования современных цифровых технологий в маркетинге для решения профессиональных задач;
- научить практическим навыкам применения цифровых технологий в маркетинге;
- привить умение самостоятельно приобретать новые знания, изучая первоисточники и используя современные цифровые технологии.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК – 4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК – 4.2 использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках	<i>Знать:</i> актуальные информационно-коммуникационные технологии, применяемые при поиске информации <i>Уметь:</i> определять характер информации, необходимой для решения стандартных коммуникационных задач; применять современные информационно-коммуникационные технологии для поиска соответствующей информации <i>Владеть:</i> навыками корректного использования информационно-коммуникационными технологиями; навыками поиска и отбора необходимой информации на государственном и иностранных языках
ОПК – 5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК- 5.1 выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК - 5.2 при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных	<i>Знать:</i> актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем <i>Уметь:</i> выявлять и анализировать различные факторы и нормы, влияющие на развитие медиакоммуникационных систем <i>Владеть:</i> методиками использования информационно-технологических инноваций для принятия профессиональных решений, разработки коммуникационных продуктов

	систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.	<i>Знать</i> тенденции развития и количественные характеристики современных инфо-коммуникационных технологий, методы их использования в процессе медиапроизводства. <i>Уметь</i> анализировать современное состояние информационно-коммуникационных технологий для планирования, организации, управления и внедрения в процесс медиапроизводства. <i>Владеть</i> навыками отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
	ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.	<i>Знать</i> качественные и количественные характеристики современных инфо-коммуникационных технологий, методы их использования в процессе медиапроизводства. <i>Уметь</i> использовать современные информационно-коммуникационные технологии для анализа, планирования, организации, управления и внедрения в процесс медиапроизводства. <i>Владеть</i> навыками внедрять в процесс медиапроизводства современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.

### 1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность подготовки «Управление брендом в рекламе и связях с общественностью» и проводится в 1 семестре.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: высшее образование (*магистратура*)

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Прикладные телекоммуникационные технологии, Профессионально-творческая практика

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

### *Структура дисциплины для очной формы обучения*

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Се- местр	Тип учебных занятий	Количе- ство часов
<b>2</b>	Лекции	<b>10</b>
<b>2</b>	Семинары/лабораторные работы	<b>20</b>
Всего:		<b>30</b>

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 60 академических часа(ов).

### *Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения*

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Се- местр	Тип учебных занятий	Количе- ство часов
<b>2</b>	Лекции	<b>8</b>
<b>2</b>	Семинары/лабораторные работы	<b>16</b>
Всего:		<b>24</b>

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

## 2. Discipline structure

The total labor intensity of the discipline is 3 Credit, 108 academic hours (s).

### Discipline structure for full-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Number of hours
2	Lectures	10
2	Workshops/Lab Works	20
Total:		30

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 60 academic hours (s).

### Discipline structure for part-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Number of hours
2	Lectures	8
2	Workshops/Lab Works	16
Total:		24

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 66 academic hours (s).

## 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
---	---------------------------------	------------

1	Раздел 1. Использование цифровых технологий в маркетинге	Что такое цифровые технологии? Цель, задачи и функции цифровых технологий. Направление цифровых технологий и их применение.
2	Раздел 2. Разработка стратегии цифрового маркетинга	Лидогенерация как направление цифрового маркетинга. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Принципы арбитража трафика. Методика повышения качества лидов.
3	Раздел 3. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений.
4	Раздел 4. Роль кибербезопасности в маркетинге	Понятие «кибербезопасность», цель задачи и функции. Роль кибербезопасности в бизнесе. Вопросы защиты персональных данных.
5	Раздел 5. Перспективы цифровых технологий в маркетинге	Новые СМИ. Мобильные устройства. Интернет вещей. Игры. Устройства wearables. Есть ли будущее у креативности? Перспективы применения искусственного интеллекта. Основные проблемы развития технологий.

### 3. DISCIPLINE CONTENT

№	Name of discipline section	Contents
1	Section 1. Usage  Digital technologies in  Marketing	What is Digital Technology? Objectives, tasks and functions of digital technologies. Direction of digital technologies and their application.
2	Section 2. Developing a digital marketing strategy	Lead generation as a direction of digital marketing. Types of leads and payment methods. Sources of leads. Principles of Traffic Arbitration. Method of improving the quality of leads.
3	Section 3. Social Media Marketing and New Media	Types of Social Media and Blog Platforms. Tasks solved through work in social networks. Features of interaction with the audience in social networks. Overview of Brand Mention Tracking Tools and Opinion Tonality.
4	Section 4. The Role of Cybersecurity in Marketing	Cybersecurity, Purpose and Function. The Role of Cybersecurity in Business. Personal data protection issues.
5	Section 5. Digital Perspectives in Marketing	New media. Mobile devices. Internet of Things. Games. Devices  wearables. Is there a future for creativity?? Prospects for application

	Artificial intelligence. Main problems of technology development.
--	---

#### 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Формируемые компетенции	Информационные и образовательные технологии
1	2	3	4	5
1.	Использование цифровых технологий в маркетинге	Лекция 1 Прак.зан. 1 Самостоятельная работа	ОПК-6	Вводная лекция Дискуссия Подготовка к занятиям
2.	Разработка стратегии цифрового маркетинга	Лекция 2 Прак.зан. 2 Самостоятельная работа	ОПК-6	Лекция-визуализация Закрепление пройденного материала
3.	Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Лекция 3 Прак.зан. 3 Самостоятельная работа	ОПК-6	Лекция-визуализация Закрепление пройденного материала
4	Роль кибербезопасности в маркетинге	Лекция 5 Прак.зан. 5 Самостоятельная работа	ОПК-6	Лекция-визуализация Закрепление пройденного материала
5.	Перспективы цифровых технологий в маркетинге	Лекция 5 Прак.зан. 5 Самостоятельная работа	ОПК-6	Проблемная лекция Дискуссия, экспресс-опрос Закрепление пройденного материала
6	Контрольная работа	Прак.зан. 6		Экзамен

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;

- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

## 5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

### 5.1. Система оценивания

В процессе изучения дисциплины проводится рейтинговый контроль знаний студентов в соответствии с Положением РГГУ о его проведении. Он предполагает учет результатов написания тестов и докладов на практических занятиях, результатов самостоятельной работы по выполнению практических заданий, а также степени участия студентов в дискуссиях, при обсуждении проблемных вопросов и работ на практических занятиях.

Критерии, используемые при проведении рейтингового контроля для студентов, изучающих дисциплину «ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ / DIGITAL TECHNOLOGIES IN MARKETING COMMUNICATIONS», сроки и оценка работ представлены в таблице:

Форма контроля	Срок отчетности	Макс. количество баллов	
		За одну работу	Всего
Текущий контроль: - устный блиц-опрос и участие в дискуссии на практическом занятии	3, 4, 5, 6, 7 недели		8 баллов
- выполненное практическое задание 1	3-20 неделя	20 баллов	20 баллов
- выполненное практическое задание 2	3-20 неделя	25 баллов	25 баллов
- выполненное практическое задание 3	3-20 неделя	7 баллов	7 баллов
			60 баллов
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	18 неделя		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)			100 баллов

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, набравшему не менее 50 баллов в результате суммирования баллов, полученных при текущем контроле и промежуточной аттестации. Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов)

конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

<i>100-балльная шкала</i>	<i>Традиционная шкала</i>		<i>Шкала ECTS</i>
<i>95 – 100</i>	<i>отлично</i>	<i>зачтено</i>	<i>A</i>
<i>83 – 94</i>			<i>B</i>
<i>68 – 82</i>			<i>C</i>
<i>56 – 67</i>	<i>удовлетворительно</i>		<i>D</i>
<i>50 – 55</i>			<i>E</i>
<i>20 – 49</i>			<i>не зачтено</i>
<i>0 – 19</i>	<i>F</i>		

## 5.1. Evaluation system

In the process of studying the discipline, rating control of students' knowledge is carried out in accordance with the Regulation of the Russian State Humanitarian University on its conduct. It involves taking into account the results of writing tests and reports in practical classes, the results of independent work on the implementation of practical tasks, as well as the degree of student participation in discussions, when discussing problematic issues and work in practical classes.

The criteria used in conducting rating control for students studying the discipline " DIGITAL TECHNOLOGIES IN MARKETING COMMUNICATIONS " the timing and assessment of work are presented in the table:

Control form	Reporting period	Max. number of points	
		For one job	In total
Monitoring: - oral blitz survey and participation in the discussion in a practical lesson  - completed practical task 1 - completed practical task 2 - completed practical task 3	3, 4, 5, 6, 7 weeks Week 3-20 Week 3-20 Week 3-20	20 points 25 points 7 points	8 points 20 points 25 points 7 points 60 points
Intermediate qualification  (offset with score)	Week 18		40 points
Total per semester (discipline)			100 points

The "counted" score is given to the student who has scored at least 50 points as a result of the summation of points obtained during the current control and intermediate certification. The obtained aggregate result (maximum 100 points) is converted into the traditional rating scale and into the rating scale of the European Credit Transfer System (hereinafter - ECTS) in accordance with Table:

<i>100-point scale</i>	<i>Traditional scale</i>		<i>ECTS scale</i>
95 – 100	excellent	set off	A
83 – 94			B
68 – 82	good		C
56 – 67	well		D
50 – 55			E
20 – 49	unsatisfactorily	not counted	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценок

<b>Баллы/ Шкала ECTS</b>	<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</b>
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

<b>Баллы/ Шкала ECTS</b>	<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</b>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

## 5.2. Grading Criteria

<b>Scores/ECTS Scale</b>	<b>Discipline Grade</b>	<b>Criteria for assessing the results of training by discipline</b>
100-83/ A,B	Excellent "counted (excellent)"/ "counted"	<p>Exposed to the student, if he has deeply and firmly mastered theoretical and practical material, can demonstrate this in classes and in the course of intermediate certification.</p> <p>The student exhaustively and logically harmoniously sets out the educational material, knows how to link theory with</p>

		<p>practice, copes with solving the problems of professional orientation of a high level of complexity, correctly justifies the decisions made.</p> <p>He is fluent in educational and professional literature.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies assigned to discipline are formed at the level - "high."</p>
82-68/ C	<p>Good</p> <p>"counted (good) "/</p> <p>"counted"</p>	<p>He is presented to the student, if he knows theoretical and practical material, competently and essentially sets it out in the classes and in the course of intermediate certification, avoiding significant inaccuracies.</p> <p>The student correctly applies theoretical provisions in solving practical problems of professional orientation of different levels of complexity, possesses the skills and techniques necessary for this.</p> <p>It is quite well oriented in educational and professional literature.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies assigned to discipline are formed at the level - "good."</p>
67-50/ D,E	<p>"satisfactory "/</p> <p>"counted (satisfactory) "/</p> <p>"counted"</p>	<p>He is presented to the student if he knows theoretical and practical material at the basic level, makes individual mistakes in his presentation in classes and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences certain difficulties in applying theoretical provisions in solving practical problems of professional orientation of a standard level of complexity, possesses the basic skills and techniques necessary for this.</p> <p>Demonstrates a sufficient level of knowledge of educational literature in the discipline.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies assigned to discipline are formed at the level - "sufficient."</p>

49-0/ F,FX	"unsatisfactory "/ not counted	<p>Presented to the student if he does not know theoretical and practical material at the basic level, makes gross mistakes in his presentation in classes and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences serious difficulties in applying theoretical provisions in solving practical problems of professional orientation of a standard level of complexity, does not have the skills and techniques necessary for this.</p> <p>Demonstrates fragmentary knowledge of discipline teaching literature.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies at the level of "sufficient," assigned to discipline, have not been formed.</p>
---------------	-----------------------------------	--

### 5.3. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Лабораторные работы (текущий контроль) содержат типовые задания по ключевым практическим аспектам укрупненных тематик дисциплины и проводятся в течение семестра после изучения теоретической части. Итоговая контрольная работа (промежуточный контроль) содержит теоретические вопросы курса, базовые понятия, практические задания, по укрупненным тематическим разделам.

#### Текущий контроль

При оценивании *устного блиц-опроса* на лекционном занятии учитываются:

- знание содержания обсуждаемых проблем, умение использовать ранее изученный теоретический материал и терминологию научных исследований (0-2 балла).

При выполнении *практического задания* (лабораторной работы) учитывается:

- полнота и точность выполненной работы (0-20), в зависимости от работы;
- оформление работы (0-5), в зависимости от работы.

### Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на 2 вопроса теоретического характера и выполнить задание практического характера.

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание освоено не полностью, знание материала носит фрагментарный характер, имеются явные ошибки в ответе (до 5 баллов);
- теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (до 10 баллов);
- теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов (до 15 баллов);
- теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по оригинальному плану, обоснован, дается ссылка на источники (20 баллов).

При оценивании ответа на вопрос практического характера учитывается:

- ответ содержит менее 30% правильного решения (0-5 баллов);
- ответ содержит 31-79 % правильного решения (6-15 баллов);
- ответ содержит 80% и более правильного решения (15- 20 баллов).

При проведении промежуточной аттестации используются контрольные вопросы:

1. Что такое цифровые технологии? Направление цифровых технологий и их применение.
2. Цель, задачи и функции цифровых технологий.
3. Направление цифровых технологий и их применение.
4. Цифровой маркетинг что это?
5. Информационные ресурсы. Источники и доступность
6. Лидогенерация как направление цифрового маркетинга.
7. Виды и источники лидов.
8. Методика повышения качества лидов.
9. Виды социальных сетей и блог-платформ.
10. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях.
11. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях.
12. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений.

13. Понятие «кибербезопасность», цель задачи и функции.
14. Роль кибербезопасности в бизнесе.
15. Защита персональных данных.
16. Мобильные устройства.
17. Перспективы применения искусственного интеллекта.
18. Интернет вещей. Игры.
19. Есть ли будущее у креативности?
20. Основные проблемы развития технологий.

На основе контрольных вопросов может быть разработан тест, используемый при проведении промежуточной аттестации.

### **5.3. Assessment tools for monitoring academic performance, intermediate certification based on the results of discipline development**

Laboratory work (monitoring) contains standard tasks on key practical aspects of the enlarged subjects of the discipline and is carried out during the semester after studying the theoretical part. The final test work (intermediate control) contains theoretical questions of the course, basic concepts, practical tasks, on enlarged thematic sections.

#### **Monitoring**

When evaluating *an oral blitz survey* at a lecture session, the following are taken into account:

- knowledge of the content of the discussed problems, ability to use previously studied theoretical material and terminology of scientific research (0-2 points).

When performing *a practical task* (laboratory work), the following is taken into account:

- completeness and accuracy of the work performed (0-20), depending on the work;
- execution of work (0-5), depending on the work.

#### **Interim qualification (offset with evaluation)**

During the intermediate certification, the student must answer 2 questions of a theoretical nature and complete a task of a practical nature.

When assessing **the** answer to a question of theoretical nature, the following is taken into account:

- theoretical content is not fully mastered, knowledge of the material is fragmentary, there are obvious errors in the answer (up to 5 points);

- the theoretical content was partially mastered, no more than two to three shortcomings were allowed (up to 10 points);

- the theoretical content has been mastered almost completely, no more than one or two shortcomings have been allowed (up to 15 points);

- the theoretical content is fully mastered, the answer is built according to the original plan, substantiated, reference to sources (20 points) is given.

When assessing the answer to a practical question, the following is taken into account:

- the answer contains less than 30% of the correct solution (0-5 points);
- the answer contains 31-79% of the correct solution (6-15 points);
- the answer contains 80% or more of the correct solution (15-20 points).

When conducting an intermediate certification, control questions are used:

1. What is Digital Technology? Direction of digital technologies and their application.
2. Objectives, tasks and functions of digital technologies.
3. Direction of digital technologies and their application.
4. Digital Marketing What It Is?
5. Information resources. Sources and Accessibility
6. Lead generation as a direction of digital marketing.
7. Types and Sources of Leads.
8. Method of improving the quality of leads.
9. Types of Social Media and Blog Platforms.
10. Tasks solved through work in social networks.
11. Features of interaction with the audience in social networks.
12. Overview of Brand Mention Tracking Tools and Opinion Tonality.
13. Cybersecurity, Purpose and Function.
14. The Role of Cybersecurity in Business.
15. Protection of personal data.
16. Mobile devices.
17. Prospects for Artificial Intelligence.
18. Internet of Things. Games.
19. Is there a future for creativity??
20. Main problems of technology development.

On the basis of control questions, a test can be developed that is used during intermediate certification.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Список источников и литературы**

#### *Основная*

1. Хуссейн И.Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И.Д. Хуссейн — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372>
2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С.В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С.В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021.

— 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468965>

3. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д.А. Шевченко. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507>

4. Катаев А.В. Digital-маркетинг: учебное пособие: [16+] / А.В. Катаев, Т.М. Катаева, И.А. Названова; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2020. – 163 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669>

### *Дополнительная*

1. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире: учебное пособие: [16+] / Д. Ю. Кульчицкая. – Москва: Аспект Пресс, 2021. – 141 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615987>.
2. Короткова Т. Л. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст: электронный// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513376>

## **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)**

1. Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе» [www.aup.ru](http://www.aup.ru)
2. Российская государственная библиотека [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)
3. Сайт «Корпоративный менеджмент» <http://www.cfin.ru>
4. Сайт информационно-правовой системы «Консультант Плюс» [www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)
5. Федеральный образовательный портал Экономика, Социология, Менеджмент

[ecsocman.hse.ru](http://ecsocman.hse.ru)

6. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)

7. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

8. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

9. Ассоциация коммуникационных агентств России (ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России; члены АКАР предоставляют услуги в сфере: публик рилейшнз; стимулирования сбыта и формирования спроса, продвижения товаров и услуг; брендинга; прямого маркетинга; маркетинговых, рекламных и социологических исследований) [www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru)

10. инструмент для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей <https://metrika.yandex.ru/>

### **6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины **необходимы:**

- демонстрационные приборы для лекции визуализации,
- мультимедийные средства для открытия кейсов,

Требования к аудиториям

- для проведения практических занятий необходимы компьютерные классы,
- для лекций необходимо наличие доски и специально оборудованные для показа слайдов аудитории.

В компьютерных классах должны быть установлены следующие программные средства:

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

## **8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;

- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

### 9.1. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРОВ) РАБОТ

Практические (семинарские) занятия по дисциплине «Цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях» для магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность подготовки «Управление брендом в рекламе и связях с общественностью» обеспечивают преподавание в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом ООП.

#### *Практическое занятие № 1.*

**Тема:** Использование цифровых технологий в маркетинге - 4 часа.

**Цель:** Что такое цифровые технологии? Цель, задачи и функции цифровых технологий. Направление цифровых технологий и их применение.

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Что такое цифровые технологии?
2. Какие существуют особенности применения цифровых технологий в маркетинге?
3. Какие задачи выполняют цифровые технологии в маркетинге?
4. Какие направления цифровых технологий существуют?
5. Какое будущее у цифровых технологий в бизнесе и маркетинге?

*Практическое занятие № 2.*

**Тема:** Разработка стратегии цифрового маркетинга - 4 часа.

**Цель:** Цифровая трансформация бизнеса. Облачные технологии. Преимущества цифровой трансформации бизнеса. Разработка стратегии цифрового маркетинга

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах

**Вопросы для обсуждения:**

1. Как цифровые технологии повлияли на трансформацию бизнеса?
2. Как применяются облачные технологии в бизнесе?
3. Какие преимущества цифровой трансформации бизнеса?
4. Чем отличается цифровой бизнес от традиционного?
5. С какими проблемами сталкивается бизнес при внедрении цифровых технологий?

*Практическое занятие № 3.*

**Тема:** Маркетинг в социальных сетях и новых медиа - 4 часа.

**Цель:** Виды интернет-рекламы. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей.

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах

**Вопросы для обсуждения:**

1. Эволюция понятия «цифровой маркетинг».
2. Цифровой маркетинг как инновационная деятельность в рамках концепции Индустрия 4.0.
3. Экосистема digital-маркетинга.

4. Цифровые бизнес-модели и перспективы их монетизации.
5. Неочевидные преимущества цифровизации маркетинга.

### *Практическое занятие № 4.*

**Тема:** Роль кибербезопасности в маркетинге - 4 часа.

**Цель:** Понятие «кибербезопасность», цель задачи и функции. Роль кибербезопасности в бизнесе.

Вопросы защиты персональных данных.

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Что такое кибербезопасность?
2. Какова роль кибербезопасности в бизнесе?
3. Почему приоритетной задачей в бизнесе стоит обеспечение конфиденциальности?
4. Как защита данных влияет на развитие маркетинга?
5. Какие основные функции выполняет кибербезопасность в бизнесе? В маркетинге?

### *Практическое занятие № 5*

**Тема:** Перспективы цифровых технологий в маркетинге.

**Цель:** Что такое цифровых технологий? Задачи и функции цифровых технологий в маркетинге.

Принципы работы цифровых технологий в маркетинге. Особенности цифровых технологий применения и роль в современном бизнесе - 4 часа.

Форма проведения: лабораторная работа в компьютерных классах.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Что вы понимаете под цифровыми технологиями?
2. Какие основные принципы работы с цифровыми технологиями?
3. Почему цифровыми технологиями стали чаще использоваться в маркетинге и бизнесе?
4. Какие инструменты цифровых технологий используются в бизнесе?

5. Какова роль цифровых технологий в современном бизнесе?

## 9.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов

Курс по дисциплине предполагает изучение теории на лекционных занятиях и выполнение различных заданий на практических занятиях. В ходе лекции студент ведет конспект лекций в свободной форме. Поскольку восприятие информации улучшается при использовании различных способов выделения текста и представления его в виде рисунков, то студенту рекомендуется на занятиях использовать различные способы выделения текста - подчеркивание или выделение цветом маркером, отметки на полях и др. Для закрепления знаний после лекции студенту рекомендуется перечитать лекционный материал и записать появившиеся вопросы. Одновременно с конспектом лекции следует использовать учебные пособия, рекомендуемые данной рабочей программой.

В ходе лекции студенту рекомендуется вести конспект, в котором записывается тема лекции, основные вопросы, рекомендуемая литература. Записи в конспекте должны вестись таким образом, чтобы оставалось место для уточнений и дополнений. В конспекте фиксируются основные положения лекции, особенно выводы и обобщения. Если какие-то положения лекции непонятны студенту, необходимо задать лектору соответствующие вопросы в конце занятия. при самостоятельной подготовке студент выполняет задания, данные лектором. В ходе самостоятельной работы студенту рекомендуется более глубоко проработать материал конспекта и внести в конспект лекции уточнения, изменения, собственные соображения, возникающие у него в связи с изучением темы.

Основную часть самостоятельной работы в составе программы занимает более глубокое изучение студентами отдельных тем по дисциплине, результаты таких исследований могут быть изложены на практических занятиях при изучении соответствующей темы. Наряду с конспектированием рекомендуются следующие виды систематизированной записи прочитанного:

- аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
- планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
- тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;
- цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора.

При самостоятельной работе рекомендуется составлять схемы, подбирать примеры под изучаемый теоретический материал, так как это позволит освоить его прочнее.

Выполнение задания на практических занятиях студенту необходимо в отдельной тетради. После аудиторной и самостоятельной работы студент должен четко понимать изложенный материал и ориентироваться в нем. В начале практического занятия следует определить тему занятия, раскрыть ее значимость в будущей профессиональной деятельности, установить связь с уже отработанными умениями. Перед выполнением задания со студентами необходимо обсудить основные теоретические вопросы данного практического занятия. Для проверки уровня знаний студентов и закрепления пройденного материала необходимо ответить на контрольные вопросы. Те вопросы, которые вызвали затруднение необходимо рассмотреть совместно.

При проведении практических занятий рекомендуется построение образовательного процесса во взаимосвязи обучения, учения и личностного развития. Для этого может быть использована форма занятия-исследования, занятия-поиска. При работе в малых группа обучающиеся обмениваются решениями, обсуждают способы решения, сопоставляют, сверяют, оценивают и корректируют, самореализовываются, соотносят свою деятельность с деятельностью других (самооценка, самокоррекция). Собственный поиск непременно предшествует обмену идеями, затем происходит общее обдумывание проблемы в диалогической «событийной общности» и, если есть необходимость, группа обращается к новому действию. Таким образом, индивидуальное развитие становится одновременно и процессом овладения социальным опытом, формирования гражданина, коммуникативной культуры, толерантности, ответственности.

Рекомендуется использование и индивидуальной работы с практическим преобразованием учебных знаний в субъективированный индивидуальный творческий продукт в конце занятия (вербальный, графический, практический – суждение, схема, таблица. Коррекция обучения и освоения изучаемого происходит благодаря оперативной обратной связи, осуществляемой в межгрупповой дискуссии после обсуждения способов решения проблемы в малых группах, затем представления результатов поиска на всеобщее обсуждение.

В курсе дисциплины некоторые вопросы отнесены на самостоятельное изучение.

В формализованном виде состав действий студента при изучении курса включает:

1. Подготовка к практическим занятиям на основе изучения конспекта лекций и рекомендуемой литературы. Активное участие в практических занятиях. Подбор аналитических материалов. Изучение нормативных материалов. Подготовка к выступлению на семинарских занятиях.
2. Подготовка к контрольной работе.

3. Самотестирование. Актуализация знаний по изученным темам, повторение ключевых понятий, основных положений курса, анализ ситуаций. Самооценка результатов самостоятельной работы
4. Самостоятельная работа по более глубокому изучению теоретических вопросов на основе проработки рекомендуемой литературы. Конспектирование изученного.
5. Подготовка к зачету с оценкой: повторение ключевых понятий, основных положений концепций, используемых методов, решенных задач и разобранных ситуаций на занятиях.

### 9.3. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является квалификационной работой студента и подводит итоги теоретической и практической подготовки студента по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада магистр должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения курса; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать, и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы магистр должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, в какой степени научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с предметом «Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии».

*Общие требования.*

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы магистру необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;

- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям.

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

Тема исследовательской работы предлагается студентом самостоятельно, после чего согласовывается с преподавателем и окончательно утверждается им.

#### *Требования к содержанию и структуре текста*

Структура каждой работы должна уточняться магистром с руководителем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п. Однако каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист, оформленный в соответствии с текущими требованиями оформления;
- содержание, автоматически сгенерированное в редакторе Word;
- введение;
- главы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы;

*Во введении* обосновывается актуальность выбранной темы; определяется степень ее новизны и разработанности; формируются цель и задачи работы; аргументируется принятая в работе методика исследования и анализа; дается обзор источников и литературы с анализом концепций по исследуемой проблеме; обосновывается структура работы; даются необходимые пояснения. Объем введения не должен превышать 1/5 части работы.

*Содержание* работы определяется ее темой. По всем темам в рефератах и научных докладах, представляющих собой теоретические исследования излагаются:

- история вопроса, оценка различных взглядов на проблему в литературе, основные теоретические положения, связанные с исследуемой проблемой;
- результаты исследования;
- примеры использования основных теоретических положений на практике;
- отношение автора к проблеме.

#### *Заключение*

В заключении формулируются выводы по проделанной работе, характеризующие степень решения тех задач, которые ставились в работе.

#### *Список источников и литературы*

После заключения приводится перечень использованной литературы. Работа с литературой является неотъемлемой составной частью научных исследований. Следует учесть, что кроме изучения книг и монографий по теме работы, необходимо изучение материалов по теме, публикуемых в периодической печати.

Подбирая литературу (монографии, учебники, журнальные статьи и т.п.), необходимо учитывать время ее издания. В первую очередь следует использовать литературу последних лет. В тексте работы обязательны ссылки на указанные в перечне источники и литературу.

#### *Требования к оформлению*

Письменная работа должна быть отредактирована, вычитана и подписана автором. Общий объем курсовой работы должен составлять от 7 до 20 страниц машинописного текста. Приложения в общий объем не входят.

Работа должна быть оформлена на одной стороне листа бумаги формата А4 по ГОСТ 9327-60. Допускается представить таблицы и иллюстрации на листах бумаги формата не более А3. Текст следует печатать через полтора интервала (шрифт Times New Roman, размер 14), соблюдая размеры полей по ГОСТ 7.32-91: левое 30 мм, правое – 15 мм, верхнее –15 мм, нижнее –20 мм.

Заголовки разделов пишут симметрично тексту, заголовки подразделов – с абзаца. Расстояние между заголовками и текстом должно быть увеличено для выделения заголовка.

На последнем листе списка использованных источников и литературы ставится подпись студента, удостоверяющая, что текст работы выверен, цитаты проверены.

На титульном листе ставится подпись научного руководителя, подтверждающего готовность работы.

Содержание помещается за титульным листом, печатается через полтора интервала, разделы определяются пробелом в два интервала.

#### *Научно-справочный аппарат*

Научно-справочный аппарат работы содержит две взаимосвязанные части: список использованных источников и литературы и подстрочные ссылки. Список и ссылки оформляются в соответствии с требованиями, изложенными в действующих государственных стандартах.

Подстрочные ссылки используются во всех случаях цитирования произведений других авторов, источников и литературы. Обязательно подтверждаются подстрочными ссылками все факты, цифры и другие конкретные данные, приводимые в тексте, заимствованные из источников и литературы. Ссылки нумеруются в сквозном порядке арабскими цифрами в пределах части работы (введения, разделов, заключения и приложений). Текст каждой ссылки печатается через один межстрочный интервал. Разделяются ссылки двумя интервалами.

#### **9.4. Иные материалы**

Освоение дисциплины не требует других материалов для самостоятельной работы студентов, кроме изложенных выше.

## АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях» входит в базовую часть дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность подготовки «Брендинг и деловая репутация». Уровень квалификации выпускника - магистр

*Цель дисциплины:* овладение студентами знания и навыки, необходимые для эффективного использования цифровых технологий в маркетинге

*Задачи дисциплины:*

- выработать навыки использования современных цифровых технологий в маркетинге для решения профессиональных задач;
- научить практическим навыкам применения цифровых технологий в маркетинге;
- привить умение самостоятельно приобретать новые знания, изучая первоисточники и используя современные цифровые технологии.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

*Знать:*

1. актуальные информационно-коммуникационные технологии, применяемые при поиске информации;
2. актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем;
3. тенденции развития и количественные характеристики современных инфо-коммуникационных технологий, методы их использования в процессе медиапроизводства
4. качественные и количественные характеристики современных инфо-коммуникационных технологий, методы их использования в процессе медиапроизводства.

*Уметь:*

1. определять характер информации, необходимой для решения стандартных коммуникационных задач; применять современные информационно-коммуникационные технологии для поиска соответствующей информации;
2. выявлять и анализировать различные факторы и нормы, влияющие на развитие медиакоммуникационных систем;
3. анализировать современное состояние информационно-коммуникационные технологий для планирования, организации, управления и внедрения в процесс медиапроизводства;
4. использовать современные информационно-коммуникационные технологии для анализа, планирования, организации, управления и внедрения в процесс медиапроизводства.

*Владеть:*

1. навыками корректного использования информационно-коммуникационными технологиями; навыками поиска и отбора необходимой информации на государственном и иностранных языках

2. методиками использования информационно-технологических инноваций для принятия профессиональных решений, разработки коммуникационных продуктов
3. навыками отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
4. навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.  
Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

The discipline "DIGITAL TECHNOLOGIES IN MARKETING COMMUNICATIONS" is included in the basic part of the disciplines of the curriculum in the field of study 42.04.01 "Advertising and Public Relations" training focus "Branding and business reputation". Graduate Qualification Level - Master

*Purpose of Discipline:* Mastering students knowledge and skills needed to effectively use digital technologies in marketing

*Objectives of Discipline:*

- Develop skills to use modern Digital technologies in marketing for solving professional tasks;
- Teaching practical application skills Digital technologies in marketing;
- Instilling Skills on Your Own acquire new knowledge by studying primary sources and using modern Digital technology.

As a result of mastering the discipline (module), the student must:

*To know:*

1. current information and communication technologies used in the search for information;
2. current trends in the development of media communication systems;
3. development trends and quantitative characteristics of modern information and communication technologies, methods of their use in the process of media production
4. qualitative and quantitative characteristics of modern information and communication technologies, methods of their use in the process of media production.

*To be able to:*

1. determine the nature of the information necessary to solve standard communication problems; apply modern information and communication technologies to search for relevant information;
2. identify and analyze various factors and norms affecting the development of media communication systems;
3. analyze the current state of information and communication technologies for planning, organization, management and implementation in the process of media production;
4. use modern information and communication technologies for analysis, planning, organization, management and implementation in the process of media production.

*To own:*

1. skills of correct use of information and communication technologies; skills of search and selection of necessary information in the state and foreign languages
2. methods of using information and technological innovations for professional decision-making, development of communication products
3. skills to select and implement modern technical means and information and communication technologies in the process of media production
4. skills in introducing modern advertising and public relations technologies, digital tools, technical means and software into the media production process.

By discipline provided intermediate certification in the form of a credit with an assessment.  
The total labor intensity of mastering the discipline is 3 credit units.