

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГАОУ ВО «РГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра медиакommunikаций

ПРОДВИЖЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ПРОЕКТОВ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.04.05 Медиакommunikации

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиакommunikации в цифровой среде

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования:

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Продвижение цифровых проектов
Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Исмаков Иван Юрьевич.

Ответственный редактор¹

Ученая степень, звание, должность, И.О. Фамилия

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры медиакоммуникаций

№ 4 от 12.11.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка	
1.1.	Цель и задачи дисциплины	
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	
2.	Структура дисциплины	
3.	Содержание дисциплины	
4.	Образовательные технологии	
5.	Оценка планируемых результатов обучения	
5.1.	Система оценивания	
5.2.	Критерии выставления оценки по дисциплине	
5.3.	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	
6.1.	Список источников и литературы	
6.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
6.3.	Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	
9.	Методические материалы	
9.1.	Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	
9.2.	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	
9.3.	Иные материалы	
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины² - является результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы, изучение инструментов цифрового маркетинга в продвижении проекта.

Задачи дисциплины³:

- формирование у студентов навыков использования современного инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга;
- формирование знаний основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности
- стимулирование творческого подхода к работе в области продвижения проекта в интернете.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2. Разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации	Знать: специфику разработки стратегии работы коллектива, функции участников Уметь расставлять приоритеты; гибко изменять стратегию работы в зависимости от ситуации; мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекать и поддерживать талантливых участников команды; демонстрировать заботу о коллективе; нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива Владеть: алгоритмом принятия управленческих решений в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений

² Цель – представление о результатах освоения дисциплины. Цель дисциплины должна быть соотнесена с результатом освоения ОП ВО (формируемыми компетенциями). Цель должна быть обозначена кратко, четко и иметь практическую направленность. Достижение цели должно быть проверяемым.

³ Формулировка задач должна быть связана со знаниями, умениями и навыками (владениями), также должны быть учтены виды деятельности, указанные в ОП ВО.

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.3. Организует многостороннюю коммуникацию и управляет ею	Знать: специфику межкультурной коммуникации Уметь: организовывать многостороннюю коммуникацию Владеть: методами управления межкультурной коммуникацией
ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом	ПК-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования	Знать: ход выполнения проектной работы в медиасфере; особенности внешних и внутренних коммуникаций и мероприятий в целях решения задач медиапродюсирования Уметь: организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования Владеть: методами контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в медиасфере
	ПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в медиасфере	

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Продвижение цифровых проектов» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, направленность «Медиакоммуникации в цифровой среде».

Для освоения дисциплины «Продвижение цифровых проектов» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Инструменты для создания контента, Межкультурное взаимодействие, Лидерство и управление командой.

В результате освоения дисциплины «Продвижение цифровых проектов» формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: производственной, преддипломной практики.

2. Структура дисциплины⁴

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

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:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов (общее)	Количество часов (дистант)	Количество часов (аудитория)
3	Лекции	10	10	0
3	Семинары/лабораторные	20	14	6

⁴ При реализации образовательной программы на очно-заочной и заочной формах обучения, таблица составляется для каждой формы.

	работы			
	Всего:	30	16	6

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

3. Содержание дисциплины⁵

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Цифровые коммуникации и их развитие	Цифровые каналы и инструменты цифровых коммуникаций. Интерактивные каналы коммуникации взаимоотношений потребителя и бренда. Мессенджеры в качестве способов создания, развития и продвижения имиджа и бренда товаров и услуг. Новые СМИ или новые медиа – новые формы взаимодействия производителей контента с потребителями на основе компьютерных, цифровых и сетевых коммуникаций. Новые медиа – новая модель коммуникации и способ общения: интерактивность, мультимедийность. Современные технологии рекламы, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение в цифровом медиапространстве.
2	Продвижение цифровых проектов	Понятие, цели и преимущества цифрового продвижения. Digital маркетинг как комплексное продвижение товаров, услуг или бренда компании с помощью цифровых инструментов, каналов и сервисов. Персонализированный подход к клиенту. Маркетинговые каналы диджитал-коммуникации: компьютеры и планшеты, смартфоны, умные гаджеты, веб сайты и блоги, социальные сети, видеохостинги, POS – терминалы, видеокамеры, локальные сети, цифровое телевидение, интерактивные экраны, игровые консоли/приставки, терминалы самообслуживания, QR коды в рекламных плакатах и журналах. Маркетинговые инструменты диджитал-коммуникаций (интерактивная реклама): New media, «media +», E-mail почта, прямой маркетинг, баннерная реклама, медийная реклама, контекстная реклама, таргетированная реклама, нативная реклама, вирусная реклама и партизанская реклама, контент-маркетинг – SMM, реклама в социальных сетях, SEO (продвижение сайта в поисковых системах), телевизионная реклама, реклама на радио, Digital Art, SMS-рассылка, реклама в

⁵ Раздел может быть представлен как в текстовой форме, так и в таблице

		приложениях, рекламные окна, сайт компании. Тренды на рынке диджитал коммуникаций: контент-маркетинг, Email-маркетинг (микротаргетинг и гиперсегментация), интерактивный контент (Приложения Instagram, Periscope, Snapchat и Vine), социальные сети, Интернет вещей, Big Data (работа с большими данными - персонализированные покупательские предложения), нативная реклама. Аналитика сайта: сбор, анализ статистики по посетителям, целевая аудитория, контент, конкуренты, поисковый анализ сайта и др.
3	Цифровые коммуникации и новые медиа	Разработка стратегии (выбор каналов и способов, создание планконтента и медиаплана). Стратегический digital-маркетинг: составление стратегии по продвижению: SMM, инструменты аналитики, сервисы анализа целевой аудитории и конкурентов и др. Этапы разработки стратегии. Построение системы цифровых коммуникаций в компании. Базы данных и онлайн-CRM – эффективные инструменты цифровых коммуникаций.
4	Финансирование интернет-проектов	Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций. Электронные деньги, криптовалюты, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы. Правила безопасности работы в сети.
5	Стратегия продвижения	Маркетинговая и диджитал стратегия. Модель 7 шагов. Маркетинговая аналитика. Коммуникационные модели в цифровых условиях. Модель AIDA. Модель CoLoMo. Использование микро- и макро-моментов в продвижении. Создание и продвижение креативов в цифровых условиях. ATL/BTL. Push/Pull. Лидеры мнений. Создание и продвижение вирусного контента.

4. Образовательные технологии⁶

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Образовательные технологии
1	2	3	5
1.	Цифровые коммуникации и их развитие	Лекция 1. Семинарское занятие 1-2.	Вводная лекция Дискуссия Опрос на занятии

⁶ В разделе указываются образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебных занятий для наиболее эффективного освоения дисциплины. При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (*модулей*) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей (п.34. Приказ №245).

		Самостоятельная работа	Консультирование
2.	Продвижение цифровых проектов	Лекция 2-3 Практическое занятие 3-5 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация Собеседование Научное сообщение (доклад или реферат) Работа в группах Консультирование по подготовке научного сообщения
3.	Цифровые коммуникации и новые медиа	Лекция 4. Практические занятия 6-10 Самостоятельная работа	Лекция с элементами обратной связи Собеседование Опрос на занятии Групповая проектная работа Консультирование
4.	Финансирование интернет-проектов	Лекция 5 Практические занятия 11-15 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация. Опрос на занятии Проведение тестирования и оценки результатов Консультирование
5.	Стратегия продвижения.	Лекция 6 Практические занятия 16-20 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация. Опрос на занятии Проведение тестирования и оценки результатов Консультирование

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 оценивания⁷

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Например:

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачет/зачет с оценкой/экзамен		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат 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:

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

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. 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. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.

⁷ Система оценивания выстраивается в соответствии с учебным планом, где определены формы промежуточной аттестации (зачёт/зачёт с оценкой/экзамен), и структурой дисциплины, где определены формы текущего контроля. Указывается распределение баллов по формам текущего контроля и промежуточной аттестации, сроки отчётности.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ 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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ 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 выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине⁸

Оценочные средства текущего контроля успеваемости:

В соответствии с учебным планом в структуре дисциплины предусмотрены две текущие аттестации. Кроме того, текущий контроль выполняется в формате оценивания участия обучающихся в дискуссии на семинаре.

При оценивании выполнения заданий на семинарских занятиях учитывается:

степень и полнота раскрытия параметров задания: задание выполнено полностью и без ошибок (5 баллов); задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности (1-4 балла);

обоснованность содержания и выводов работы: задание выполнено полностью, обоснование содержания и выводов достаточны, рассуждения верны (5 баллов); задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны (1-4 балла);

знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость

используемых при ответе умений и навыков (0-2 балла);

умение применить теорию к конкретным ситуациям (0-2 балла);

изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии,

логическая последовательность изложения материала (1 балл).

При оценивании текущих аттестаций в форме предварительных защит групповых проектов учитывается (максимум 15 баллов за аттестацию):

- уровень организации групповой работы (всего 5 баллов):
- оптимальность состава группы (0-1),
- понимание задания, распределение ответственности (0-1),
- навыки межличностной коммуникации и коммуникации в малой группе (0-1),
- целесообразность распределения групповых ролей, их функциональная проявленность
- наличие и результативность онлайн и офлайн форм группового взаимодействия, использование технологических средств и инструментов (0-1);
- содержание представленных материалов по результатам групповой работы (всего 5
- корректное употребление профессиональной терминологии, а также правильное понимание основных идей и концепций курса (0-1);
- умение применить знания, полученные в рамках курса (0-1);
- умение ясно, логично, непротиворечиво и убедительно изложить результаты своего исследования в письменной (презентация в программе Power Point) и устной (10-минутное выступление) формах (0-3);
- использование в содержании представленных материалов по результатам групповой

⁸ Приводятся примеры оценочных средств в соответствии со структурой дисциплины и системой контроля: варианты тестов, тематика письменных работ, примеры экзаменационных билетов, типовые задачи, кейсы и т.п. Оценочными средствами должны быть обеспечены все формы текущего контроля и промежуточной аттестации. Они должны быть ориентированы не только на проверку сформированности знаний, но также умений и владений.

работы инструментов и сервисов, в том числе связанных технологиями медиаманипулирования

(всего 5 баллов):

- полнота и целесообразность использование инструментов и сервисов (0-1);
- использование качественных и количественных показателей для описания применения инструментов и сервисов (0-1);
- наличие социотехнических схем использования инструментов и сервисов (0-1);
- оригинальность предложений по использования инструментов и сервисов (0-1);
- умение ясно, логично, непротиворечиво и убедительно изложить результаты своего исследования в письменной (тест работы, презентация в программе Power Point) и устной (10-минутное выступление) формах (0-1).

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по Дисциплине

1. Что такое Digital-коммуникации
2. История возникновения SMM
3. Обзор социальных интернет-платформ
4. Стратегии продвижения через социальные сети
5. Организация рекламных кампаний через социальные медиа
6. Цели и тактики SMM.
7. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении социальные медиа.
8. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
9. Что такое SMO
10. Связь SMO и SEO
11. Связь SMO и вирусного маркетинга
12. Истоки и базовые принципы SMO
13. Принципы SMO
14. Нетрадиционные виды SMO
15. Анализ сайта на предмет продвижения через SMO.
16. SMM-стратегия и ее реализация.
17. Коммерческий и контентный SMM.
18. Особенности формирования коммуникационной стратегии в social media и мессенджерах (Facebook, Viber, Telegram), особенности подхода к каждому каналу, визуальной концепции.
19. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.
20. Продвижение в Интернете.
21. Работа с X, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и размещение видео, хэштеги и работа influence marketing.
22. Оценка эффективности SMM.
23. Особенности социальных сетей.
24. Коммерческие возможности социальных сетей.
25. Системы мониторинга и аналитики.
26. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа.
27. KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа.
28. Сравнительный анализ различных инструментов и каналов коммуникации в цифровой среде.
29. Владение знаниями о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях.
30. Инструменты SMM.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы⁹

Литература

Основная

1. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=686507
2. Шевченко, Д. А. Создание коммерческого предложения : учебник : [1+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 166 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=686479
3. 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. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=598669

Литература

Дополнительная

1. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2022. – 101 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=491717
2. Алашкин, П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / Павел Алашкин. - М.: Альпина Паблишер, 2024. - 220 с.
3. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М.: Издательство Юрайт, 2021. - 269 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916 3737-4. — Режим доступа : <https://urait.ru/book/konvergentnaya-zhurnalistika-teoriya-i-praktika-404879>
4. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ [Электронный ресурс]: пособие / Наталия Ермолова. — М.: Альпина Паблишер. 2023. — 357 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, огла-ниченый. – Загл. с экрана.

При разработке списка источников и литературы необходимо учитывать требования образовательных стандартов по книгообеспеченности.

«При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль) проходящих соответствующую практику».

⁹ Рекомендуется включать в списки издания из ЭБС и не более 15 печатных изданий.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Необходимо добавить то, что необходимо для изучения дисциплины

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.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 указывается необходимое для обучения **лицензионное программное обеспечение (из рекомендованного списка)**, оборудование, демонстрационные приборы, мультимедийные средства, учебные фильмы, тренажеры, требования к аудиториям – компьютерные классы, академические или специально оборудованные аудитории и лаборатории, наличие доски и т.д.*

Например:

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

При проведении занятий без специального ПО (только демонстрация презентаций, пп.4-9 необходимо удалить)

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

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 SE; 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 материалы¹⁰

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий¹¹

Пример описания семинарского занятия:

Тема 1. (4 часа)

¹⁰ Методические материалы по дисциплине могут входить в состав рабочей программы, либо разрабатываться отдельным документом.

¹¹ План занятий строится в соответствии со структурой дисциплины (п.2). Разделы плана включают: название темы, количество часов, форму проведения занятия, его содержание (вопросы для обсуждения, задания, контрольные вопросы, кейсы и т.п.), список литературы. При необходимости, планы практических и лабораторных занятий могут содержать указания по выполнению заданий и требования к материально-техническому обеспечению занятия.

Практическое задание:

1. Подготовить авторский материал для сетевых СМИ в соответствии с принципами сетевых изданий.
2. Проанализировать контент сетевого СМИ по параметрам медийности (по выбору студента).
3. Подготовить эссе

Тема 2. (4 часа) Социальные сети (Social Media Optimization) в Интернет маркетинге. Методы создания виртуального сообщества интернет-проекта.

Практическое задание:

1. Цифровой маркетинг социальных сетей
2. Стратегия цифрового маркетинга ВКонтакте.
3. Стратегия цифрового маркетинга Facebook.
4. Стратегия цифрового маркетинга Instagram.
5. Стратегия цифрового маркетинга YouTube.
6. Аналитика SMM
7. Конкурентный анализ SMM

Задание по теме:

1. Подготовить план развития корпоративного блога или группы в социальной сети.
2. Подготовить план публикаций для социальных сетей.
3. Проанализировать эффективность техник.
4. Составить план и реализацию стратегии контент маркетинга ВКонтакте.
5. Проанализировать эффективность (компания по выбору студента).

Тема 3. (4 часа) Интернет в работе PR-специалиста. Традиционные СМИ и интернет-среда. Интернет-СМИ в российской медиасистеме

Вопросы для самоподготовки:

1. История развития интернета в России и мире.
2. Интернет как источник информации для журналиста.
3. Трансформация СМИ с появлением интернета: основные направления.
4. Виды интернет СМИ.

Задание по теме:

1. Сделать диаграмму Ганта по теме «История возникновения и развития сети интернет»
2. Составить сравнительную таблицу офлайн и онлайн версий печатных СМИ. Признаки для анализа определить самостоятельно.
3. На основе анализа отраслевых докладов составить краткосрочный прогноз развития сетевых СМИ
4. Составить схему отношений в конвергентной редакции.
5. Дать характеристику конвергентной редакции на примере одного СМИ по выбору студента.

Тема 4. (4 часа) Особенности работы PR в конвергентной редакции. Тематика и жанры интернет-СМИ

Вопросы для самоподготовки:

1. Принципы подготовки информации для сети.
2. Жанровая специфика материалов для сети.
3. Особенности материалов для сети.
4. Виды мульти-медийного контента.
5. Планирование работы конвергентной редакции.

Задание по теме:

1. Подготовить авторский материал для сетевых СМИ в соответствии с принципами сетевых изданий.
2. Проанализировать контент сетевого СМИ по параметрам медийности (по выбору студента).
3. Подготовить эссе на одну из тем.

Тема 5. Новые виды взаимодействия с аудиторией: гражданские медиа, пользовательский контент и т.п

Вопросы для самоподготовки:

1. Пользователь как источник контента.
2. Гражданские СМИ и Интернет.
3. Перспективы новых медиа.

Задание по теме:

1. Подготовить анализ публикаций, подготовленных с участием пользователей.
2. Дать характеристику актуальным блогерам (2 блогера по выбору студента)
3. Подготовить план работы блогера на одну из тем (по выбору студента).
4. Реферат или эссе по одной из проблем по теме 2.5.

Приложение 1. Аннотация
рабочей программы дисциплины

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продвижение цифровых проектов» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – направлена на получение результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы, изучение инструментов цифрового маркетинга в продвижении проекта.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов навыков использования современного инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга;
- формирование знаний основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности
- стимулирование творческого подхода к работе в области продвижения проекта в интернете.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

~ УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

~ УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;

~ ПК-1. Способен осуществлять руководство производственным отделом

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- специфику разработки стратегии работы коллектива, функции участников;
- специфику межкультурной коммуникации;
- ход выполнения проектной работы в медиасфере;
- особенности внешних и внутренних коммуникаций и мероприятий в целях решения задач медиапродюсирования.

Уметь:

- расставлять приоритеты;
- гибко изменять стратегию работы в зависимости от ситуации;
- мобилизовать других на достижение поставленных целей;
- привлекать и поддерживать талантливых участников команды;
- демонстрировать заботу о коллективе;
- нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива
- организовывать многостороннюю коммуникацию
- организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия в целях решения задач медиапродюсирования

Владеть:

- алгоритмом принятия управленческих решений в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений;
- методами управления межкультурной коммуникацией
- методами контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в медиасфере

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