

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.О.33 Цифровые коммуникации
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль):	Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Афанасьева Т. С.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

Формирование представления о деятельности коммуникационных агентств и внутренних PR-подразделений компаний, особенностях разработки digital стратегии

Задачи дисциплины:

Обучение студентов навыкам использования сетевых методологий для последующей разработки стратегий продвижения продуктов и услуг в цифровом пространстве;

Ознакомление с концепциями, подходами и инструментами коммуникации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Знать современные информационные технологии, в том числе принципы их функционирования.	Наименование категории (группы) компетенций: «Технологии»
	ОПК-6.2 Уметь применять современные информационные технологии для получения новых знаний, использовать современные информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач.	
	ОПК-6.3 Владеть навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6.1. Знать современные информационные технологии, в том числе принципы их функционирования.	особенности массовой информации, информационной безопасности, современные информационно-коммуникативные технологии
ОПК-6.2. Уметь применять современные информационные технологии для получения новых знаний, использовать современные информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач.	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры; оперировать основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации
ОПК-6.3. Владеть навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.	навыками работы с компьютером как средством управления информацией, развитой информационной и библиографической культурой, основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-6.1	ОПК-6.2	ОПК-6.3
1	Введение. Теоретические основы Интернет-коммуникаций Структура рынка цифровых коммуникаций в России.	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-6.1	ОПК-6.2	ОПК-6.3
2	Коммуникативные характеристики сети Интернет и стратегия продвижения брендов в цифровых каналах.	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
3	Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития.	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
4	Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
5	Мобильные платформы: использование плат-форм мессенджеров в цифровой коммуникации	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
6	Мобильные платформы: использование плат-форм мобильных приложений в цифровой коммуникации	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №3 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №2 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
7	Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства.	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №3 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №2 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Введение. Теоретические основы Интернет- коммуникаций Структура рынка цифровых коммуникаций в России. Обзор и структура российского рынка: ключевая статистика, основные игроки, тренды. Управление агентством цифровых коммуникаций. Практические занятия/самостоятельная работа: Структура и бизнес-процессы в рекламном агентстве Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Коммуникативные характеристики сети Интернет и стратегия продвижения брендов в цифровых каналах. Роль работы отдела стратегии в рекламном агентстве. Стратегический анализ в рекламном агентстве: аналитические подходы, форматы и формы взаимодействия. Практические занятия/самостоятельная работа: Стратегия цифрового маркетинга: элементы, экосистема, анализ показателей эффективности. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития. CRM-стратегия: компоненты, примеры реализации, индустриальные особенности. Практические занятия/самостоятельная работа: Роль и задачи CRM-коммуникаций в премиальном сегменте. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа SMM-стратегия: компоненты, примеры реализации, индустриальные особенности, ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации. Практические занятия/самостоятельная работа: Роль и задачи SMM-коммуникаций при планировании рекламных кампаний.</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
Лабораторная работа: -
Тема 5: Мобильные платформы: использование плат-форм мессенджеров в цифровой коммуникации Обзор рынка платформ мессенджеров: ключевые тренды, статистика, основные игроки, тренды развития. Практические занятия/самостоятельная работа: Современные мобильные платформы.
Лабораторная работа: -
Тема 6: Мобильные платформы: использование плат-форм мобильных приложений в цифровой коммуникации Обзор рынка мобильных приложений: ключевые тренды, статистика, основные игроки, тренды развития. Практические занятия/самостоятельная работа: Прогнозы развития индустриального сегмента.
Лабораторная работа: -
Тема 7: Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства. Индустрия автоматизированной закупки рекламного инвентаря: экосистема и основные игроки, технологии, перспективы развития Практические занятия/самостоятельная работа: Инструменты коммуникаций в сети Интернет
Лабораторная работа: -
Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	65	65
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	65	65
Контроль самостоятельной работы (КСР)	7	7
Контактная работа (КоР)	43	43
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Введение. Теоретические основы Интернет-коммуникаций Структура рынка цифровых коммуникаций в России.	5	2	2	0	10	2
2	Коммуникативные характеристики сети Интернет и стратегия продвижения брендов в цифровых каналах.	5	2	2	0	10	2
3	Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития.	5	2	2	0	9	2
4	Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа	5	2	2	0	9	2
5	Мобильные платформы: использование плат-форм мессенджеров в цифровой коммуникации	5	2	2	0	9	2
6	Мобильные платформы: использование плат-форм мобильных приложений в цифровой коммуникации	5	4	4	0	9	4
7	Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства.	5	4	4	0	9	4

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
Итого:			18	18	0	65	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 6
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	91	91
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	91	91
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	13	13
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Введение. Теоретические основы Интернет-коммуникаций Структура рынка цифровых коммуникаций в России.	6	2	0	0	13	2
2	Коммуникативные характеристики сети Интернет и стратегия продвижения брендов в цифровых каналах.	6	0	0	0	13	2
3	Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития.	6	2	0	0	13	2
4	Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа	6	0	0	0	13	2
5	Мобильные платформы: использование плат-форм мессенджеров в цифровой коммуникации	6	0	2	0	13	2
6	Мобильные платформы: использование плат-форм мобильных приложений в цифровой коммуникации	6	0	0	0	13	4
7	Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства.	6	0	2	0	13	4
Итого:			4	4	0	91	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Аудиторные занятия (АЗ):	28	28
Лекционные занятия (Лек)	14	14
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Практические занятия (Пр)	14	14
Самостоятельная работа студента (СР)	76	76
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	76	76
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	32	32
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Введение. Теоретические основы Интернет-коммуникаций Структура рынка цифровых коммуникаций в России.	5	2	2	0	10	2
2	Коммуникативные характеристики сети Интернет и стратегия продвижения брендов в цифровых каналах.	5	2	2	0	11	2
3	Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития.	5	2	2	0	11	2
4	Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа	5	2	2	0	11	2
5	Мобильные платформы: использование плат-форм мессенджеров в цифровой коммуникации	5	2	2	0	11	2
6	Мобильные платформы: использование плат-форм мобильных приложений в цифровой коммуникации	5	2	2	0	11	4
7	Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства.	5	2	2	0	11	4
Итого:			14	14	0	76	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. Учебное пособие для вузов / Хуссейн И. Д., 2022 г. - 68 с. - ISBN 978-5-534-15010-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cifrovyue-marketingovyue-kommunikacii-497224>

2. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Под общ. ред. Жильцовой О.Н. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2022 г. - 335 с. - ISBN 978-5-534-15098-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/internet-marketing-489043>

3. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Карповой С. В. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2022 г. - 367 с. - ISBN 978-5-534-02476-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnyue-tehnologii-v-marketinge-489042>

Дополнительная литература:

1. **ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 1. СТРАТЕГИИ, ЭФФЕКТИВНЫЙ БРЕНДИНГ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва).; Российский университет дружбы народов (г. Москва)., 2022 г. - 475 с. - ISBN 978-5-534-14309-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyu-brening-490280>

2. **ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2. SMM, РЫНОК М&А** 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва).; Российский университет дружбы народов (г. Москва)., 2022 г. - 507 с. - ISBN 978-5-534-14314-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-490449>

3. **ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МАРКЕТИНГЕ.** Учебник для вузов / Душкина М. Р. - Московский государственный психолого-педагогический университет (г. Москва)., 2022 г. - 462 с. - ISBN 978-5-534-12811-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-496326>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arhiv.naicn.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Connect: IT-технологии : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.connect-wit.ru/>. - Текст: электронный

9. it-world.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.it-world.ru>. - Текст: электронный

10. Компьютерра : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.computerra.ru/>. - Текст: электронный

11. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный

12. AdIndex.ru: реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

13. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный

15. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствах), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Доклад, сообщение/Реферат № 1

- Интернет-коммуникация как новый объект теории коммуникации.
- Интернет-коммуникация в XXI веке: технологические и коммуникационные трансформации.
- Информационные технологии в деятельности современного специалиста.
- Проблема интернет-коммуникации в современной науке.
- Медиакоммуникация современной России: теоретические концепции.
- Коммуникационный процесс и мобильная коммуникация.
- Стратегии развития мобильной коммуникации в мире и России.
- Трансформации дискурса современного общества и теория коммуникации.
- Социальная коммуникация в сетевом обществе.

Доклад, сообщение/Реферат № 2

- Мультимедиа-системы. Компьютер и музыка.
- Мультимедиа-системы. Компьютер и видео.
- Сетевые и телекоммуникационные сервисные программы.
- Программы-поисковики в Интернете.
- Программы-браузеры в Интернете.
- Информационные справочные системы в человеческом обществе.
- Информационные поисковые системы в человеческом обществе.

Доклад, сообщение/Реферат № 3

- Медиакоммуникация современной России: теоретические концепции.
- Коммуникационный процесс и мобильная коммуникация.

3. Стратегии развития мобильной коммуникации в мире и России.

4. Трансформации дискурса современного общества и теория коммуникации.

5. Социальная коммуникация в сетевом обществе.

Собеседование, опрос/Контрольная работа № 1

«Блог как инструмент Интернет-коммуникации»

Задачи:

1. Предложить проект блога.
2. Создать блог: личностный (групповой), творческий, коммуникативной.
3. Представить инструмент коммуникаций.

Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1

1. История формирования всемирной сети Internet. Современная статистика Internet.
2. Телеконференции системы Usenet.
3. Поисковые сайты и технологии поиска информации в Internet.
4. Образовательные ресурсы сети Internet.
5. Досуговые ресурсы сети Internet.
6. Новые виды сервиса Internet — ICQ, IP-телефония, видеоконференция.
7. Проблемы защиты информации в Internet.
8. Авторское право и Internet.

Коллоквиум/Проект (групповой проект) №2

1. Информационно-справочные и информационно-поисковые системы.
2. Дескрипторные информационно-поисковые языки.
3. Экспертные системы.
4. Искусственный интеллект.

Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача № 1

Цели работы: ««Блог как инструмент Интернет-коммуникации»»

1) познакомиться с инструментом Интернет-коммуникаций – блогом;

2) рассмотреть наличие специальных блог-сервисов, созданных для работы:

- livejournal.com,
- my.ya.ru (Яндекс.Блоги),
- LiveInternet.ru,
- blogs.mail.ru,
- diary.ru,
- blogspot.com.

3) провести сравнительный анализ сервисов для создания блога.

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету

1. Интернет-коммуникация как новый объект теории коммуникации.
2. Понятие интернет-коммуникации, история Интернета и интернет-коммуникации.
3. Виды и способы интернет-коммуникации.
4. Межличностное общение через Интернет и публичное общение в Интернете.
5. Универсальные формы человеческого общения – диалог, полилог – в Интернете.
6. Межличностное общение через Интернет. Электронная почта (e-mail) как старейший вид сетевого общения.
7. Межличностное общение через Интернет. Системы мгновенного обмена сообщениями (мессенджеры). Типы мессенджеров.
8. Чаты как способ публичной полилоговой интернет-коммуникации в режиме реального времени. «Устройство» чата. Типы чатов.
9. Веб-форумы как способ публичной полилоговой тематически ориентированной интернет-коммуникации. «Устройство» веб-форума. Типы веб-форумов.
10. Блог (размещаемый в Интернете дневник) как способ интернет-коммуникации. Типы блогов. Блогосфера.
11. Социальные сети – новейший способ интернет-коммуникации. Типы социальных сетей.
12. Интернет-коммуникация как объект гуманитарных наук.
13. Самопрезентация участников интернет-коммуникации.
14. Этика интернет-коммуникации.
15. Мультимедийность современной интернет-коммуникации.
16. Преимущественно письменный характер интернет-коммуникации.
17. Голосовое общение через Интернет.
18. Механизмы адресации на ресурсы в Internet.
19. Дизайн сайта.
20. Вопросы поддержки сайта.
21. Способы «раскрутки» сайта.

Примерный перечень практических заданий к зачету

Типовое практическое задание № 1

Провести сравнительный анализ инструментов коммуникации сети интернет:

- web-сервисы,
- корпоративные сайты,
- форумы,
- социальные сети,
- баннерная и контекстная реклама,
- опросы,
- обратная связь.

Типовое практическое задание № 2

Провести исследование по российским видеоблогерам, освещающим автомобильную тематику, и предложить контентную стратегию интеграции автомобильного бренда.

Типовое практическое задание № 3

Предложить стратегию CRM-коммуникаций для программы лояльности компании-автопроизводителя