

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.04** Основы цифровых коммуникаций

Учебный план: ФГОС 3++\_2020-2021\_42.03.01\_ИБК\_ОО\_МКСКИ - проект.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Маркетинговые коммуникации в сфере культуры и искусств  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоём-<br>кость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|---------------------------|--------------------------------------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                           |                                      |
| 4                         | УП                               | 34                | 34             | 75,75             | 0,25                      | Зачет                                |
|                           | РПД                              | 34                | 34             | 75,75             | 0,25                      |                                      |
| Итого                     | УП                               | 34                | 34             | 75,75             | 0,25                      |                                      |
|                           | РПД                              | 34                | 34             | 75,75             | 0,25                      |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Ассистент

\_\_\_\_\_

Водопьян Вениамин  
Георгиевич

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Вильчинская-  
Бутенко Марина  
Эдуардовна

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать систему знаний о применении цифровых маркетинговых коммуникационных технологий в современной онлайн маркетинговой деятельности.

### 1.2 Задачи дисциплины:

Рассмотреть основные принципы использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в маркетинговой деятельности;

Раскрыть практику применения основных техник и приемов цифровых коммуникаций в маркетинге;

Сформировать навыки применения цифровых коммуникаций в процессе разработки и реализации коммуникационного продукта.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Медiateкст и основы копирайтинга

Фирменный стиль и основы дизайна

Теория и практика связей с общественностью

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Основы маркетинга

Теория и практика массмедиа

Основы теории коммуникации

Теория и практика рекламы

Введение в коммуникационные специальности

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|   |
|---|
| <b>ПКО-1 : Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</b> |
|---|

|   |
|---|
| <b>Знать:</b> принципы использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в маркетинговой деятельности. |
|---|

|   |
|---|
| <b>Уметь:</b> применять основные техники и приемы цифровых коммуникаций в маркетинге. |
|---|

|  |
|--|
| <b>Владеть:</b> навыками применения цифровых коммуникаций в процессе разработки и реализации коммуникационного продукта. |
|--|

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий   | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |
|---|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
|   |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |                               |
| Раздел 1. Теория цифровых коммуникаций  | 4                         |                   |               |              |                              | Пр                            |
| Тема 1. Цифровая реклама и PR.<br>Практическое занятие: Анализ цифровой рекламной кампании.                                     |                           | 3                 | 3             | 8            | ИЛ                           |                               |
| Тема 2. Sales в цифровом пространстве.<br>Практическое занятие: Выявление сильных и слабых сторон торговых интернет-площадок.   |                           | 3                 | 3             | 8            |                              |                               |
| Тема 3. Цифровые манипуляции.<br>Практическое занятие: Разработка вирусного информационного повода.                             |                           | 3                 | 3             | 8            |                              |                               |
| Тема 4. Текстовые приемы в цифровых коммуникациях.<br>Практическое занятие: Анализ рекламных текстов в социальных сетях.        |                           | 3                 | 3             | 6            | АС                           |                               |
| Раздел 2. Технологические особенности цифровых коммуникаций   |                           |                   |               |              |                              | Пр                            |
| Тема 5. Разработка web-сайта и SEO оптимизация.<br>Практическое занятие: Формирование навыков работы в ПО для web-разработки.   |                           | 4                 | 4             | 6            | НИ                           |                               |
| Тема 6. Коммуникационные особенности SMM<br>Практическое занятие: Анализ социальных сетей бренда.                               |                           | 3                 | 3             | 8            |                              |                               |
| Тема 7. Блогосфера в системе коммуникаций.<br>Практическое занятие: Анализ блога бренда.  |                           | 3                 | 3             | 8            |                              |                               |
| Раздел 3. Практика цифровых коммуникаций  |                           |                   |               |              |                              | Пр                            |
| Тема 8. Мессенджеры как коммуникационная технология.<br>Практическое занятие: деловая игра "Онлайн работа с клиентами".         | 3                         | 3                 | 8             | НИ           |                              |                               |
| Тема 9. Цифровые особенности работы с клиентами.<br>Практическое занятие: Анализ принципов работы цифровых коммуникаций бренда. | 3                         | 3                 | 8             |              |                              |                               |
| Тема 10. Стратегии цифровых коммуникаций.<br>Практическое занятие: Создание плана цифрового продвижения бренда.                 | 6                         | 6                 | 7,75          |              |                              |                               |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |                           | 34                | 34            | 75,75        |                              |                               |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)   |                           | 0,25              |               |              |                              |                               |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>   |                           | 68,25             |               | 75,75        |                              |                               |

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

#### 5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения  | Наименование оценочного средства  |
|-----------------|---|---|
| ПКо-1           | описывает современные цифровые технологические решения в маркетинговой деятельности.<br>характеризует основные цифровые технологии маркетинговых коммуникаций используемые при реализации коммуникационного продукта.<br>применяет цифровые коммуникации в процессе проектирования и реализации медиа и коммуникационного продукта. | Вопросы устного собеседования<br>Тестовые вопросы<br><br>Практико-ориентированные задания |

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций   |  |
|------------------|--|--|
|                  | Устное собеседование   | Письменная работа  |
| Зачтено          | Обучающийся успешно прошел текущий контроль, выполнил все практические задания, возможно, допустил несущественные ошибки при устном ответе.                | При решении тестовых заданий правильные ответы составляют 50-60%.      |
| Не зачтено       | Обучающийся не прошел какой-либо из элементов текущего контроля, не выполнил больше 50% практических заданий, допустил серьезные ошибки при устном ответе. | При решении тестовых заданий правильные ответы составляют 40% и менее. |

### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

#### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п     | Формулировки вопросов   |
|-----------|---|
| Семестр 4 |   |
| 1         | Факторы, влияющие на формирование образа марки.                   |
| 2         | Коммуникационное управление брендом.                              |
| 3         | Основные инструменты анализа эффективности цифровой коммуникации. |
| 4         | Программное обеспечение в цифровых коммуникациях.                 |
| 5         | Основные инструменты продвижения в социальных сетях.              |
| 6         | Виды и типы цифровых коммуникаций.                                |
| 7         | Понятие и значение SMM-деятельности                               |
| 8         | Этапы создания рекламно-информационного сайта.                    |
| 9         | СРМ. Описание, характеристики и примеры модели.                   |

## 5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Коммуникативная сторона общения это:
  - а) процесс обмена информацией между двумя людьми
  - б) процесс восприятия людьми друг друга
  - в) процесс взаимодействия между людьми
  - г) все ответы верны
2. Убеждение - это:
  - а) стереотип мышления, проявляющийся в поведении;
  - б) процесс склонения собеседника на свою сторону;
  - в) идея, ставшая мотивом через личностное проживание;
  - г) знания, не требующие доказательства.
3. Высший регулятор поведения человека – это:
  - а) убеждения;
  - б) интерес;
  - в) установки;
  - г) мировоззрение.
4. Одна из высших функций коммуникации - это:
  - а) удовлетворение потребности в общении;
  - б) подтверждение высокой самооценки;
  - в) отстаивание своих позиций;
  - г) все ответы верны.
5. Запуская таргетированную рекламу необходимо учитывать:
  - а) соответствие контента выбранной аудитории;
  - б) количество текста на изображении;
  - в) уровень конкуренции;
  - г) все перечисленное.

## 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1. Разработать план деловой переписки по средством мессенджеров с клиентом.

Задание 2. Проанализировать блог бренда с точки зрения успешности использования цифровых коммуникаций.

Задание 3. Создать контент план для SMM выбранного бренда.

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Невозможность пользоваться словарями, справочниками, конспектами лекций, интернет-ресурсами.  
Зачет проводится в устной форме по заранее утвержденным вопросам.  
На ответ отводится 15 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор                                    | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|----------|--------------|-------------|--------|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b> |          |              |             |        |

|  |  |   |      |   |
|--|--|---|------|---|
| Шамина И. С.,<br>Ушакова А. С.,<br>Ткаченко Е. А.,<br>Даракчан Е. А.,<br>Бодрова А. П.,<br>Рублева Д. М.,<br>Разгулова С. А.,<br>Литвинова Е. А. | SEO-копирайтинг 2.0. Как<br>писать тексты в эру<br>семантического поиска | Москва: Инфра-<br>Инженерия   | 2018 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/78250.html">http://www.iprbookshop.ru/78250.html</a> |
| Сенаторов, А. А.   | Битва за подписчика<br>«ВКонтакте»: SMM-<br>руководство                  | Москва: Альпина<br>Паблишер   | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/83086.html">http://www.iprbookshop.ru/83086.html</a> |
| Мелькин Н. В.,<br>Горяев К. С.   | Искусство продвижения<br>сайта. Полный курс SEO                          | Москва: Инфра-<br>Инженерия   | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/68990.html">http://www.iprbookshop.ru/68990.html</a> |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>   |  |   |      |   |
| Sadykova, A. K.,<br>Zhanabekova, M. A.   | Practical course of Business   | Алматы: Казахский<br>национальный<br>университет им. аль-<br>Фараби                                       | 2014 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/70320.html">http://www.iprbookshop.ru/70320.html</a> |
| Бердников И. П.,<br>Стрижова А. Ф.   | PR-коммуникации  | Москва: Дашков и К, Ай<br>Пи Эр Медиа   | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/83123.html">http://www.iprbookshop.ru/83123.html</a> |
| Крохина О. И.,<br>Полосина М. Н.,<br>Рубель А. В., Сахно<br>О. И., Селин Е. В.,<br>Ханина М. С., Селин<br>Е. В., Ханина М. С.                    | Первая книга SEO-<br>копирайтера   | Москва: Инфра-<br>Инженерия   | 2012 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/40241.html">http://www.iprbookshop.ru/40241.html</a> |
| Храмцов П. Б., Брик<br>С. А., Русак А. М.,<br>Сурин А. И.  | Основы Web-технологий  | Москва, Саратов:<br>Интернет-Университет<br>Информационных<br>Технологий (ИНТУИТ),<br>Вузское образование | 2017 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/67384.html">http://www.iprbookshop.ru/67384.html</a> |
| Кметь, Е. Б.   | Маркетинговые<br>коммуникации. Теория,<br>практика, управление           | Саратов: Ай Пи Эр Медиа   | 2016 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/54491.html">http://www.iprbookshop.ru/54491.html</a> |

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» [Электронный ресурс]. URL: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
2. ЭБС ИЗДАТЕЛЬСТВА «ЛАНЬ» [Электронный ресурс]. URL: <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.biblio-online.ru/>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс]. URL: [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
5. ЭБС «BOOK.RU» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.book.ru>
6. База данных «Вестники Санкт-Петербургского государственного университета». [Электронный ресурс]. URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/2630>
7. База данных «Издания по общественным и гуманитарным наукам» [Электронный ресурс]. URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/4>
8. ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА «ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДОМА «ГРЕБЕННИКОВ» [Электронный ресурс]. URL: [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
9. Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scopus.com>
10. ЭЛЕКТРОННЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ «WEBOFSCIENCE» (WOS) [Электронный ресурс]. URL: <http://webofscience.com/>
11. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.elibrary.ru>
12. НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (НЭБ) [Электронный ресурс]. URL: <http://нэб.рф/>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional  
Microsoft Windows  
CorelDraw Graphics Suite X7  
VEGAS Pro 14.0 - Academic Volume  
Adobe Photoshop  
Adobe Illustrator  
CorelDRAW  
PHP

Notepad++  
phpMyAdmin  
Oracle VM VirtualBox

#### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория            | Оснащение   |
|----------------------|---|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска   |
| Компьютерный класс   | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |