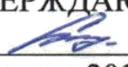


**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  Скляров К.А.  
«31» августа 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
дисциплины  
«Цифровые коммуникации в профессиональной сфере»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 4 года и 11 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2018

Автор программы  /Меликян С.В./

Заведующий кафедрой  
Связи с общественностью  /Скрипникова Н.Н./

Руководитель ОПОП  /Скрипникова Н.Н./

Воронеж 2018

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1. Цели дисциплины** – формирование у студентов системного представления об основных тенденциях развития цифровых коммуникаций в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью; представления об эффективном использовании интернет-коммуникаций в комплексе с другими медиа: телевидением, наружной рекламой, прессой, радио и ВТЛ, использовании digital-технологий в качестве средства продвижения компании и ее товаров.

### 1.2. Задачи освоения дисциплины

- изучение базовых положений в области Интернет, понятий профессиональной терминологии, обязательных для практического использования полученных знаний в решении профессиональных задач;
- формирование фундаментальной подготовки студента в области применения Интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью;
- ознакомление с историей и тенденциями развития Интернет-технологий в нашей стране и за рубежом.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Цифровые коммуникации в профессиональной сфере» относится к дисциплинам вариативной части блока Б1.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Цифровые коммуникации в профессиональной сфере» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-3 - Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-10 - Способность осуществлять контроль и оценку эффективности коммуникаций

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ПК-3	Знать историю и основные тенденции развития сети интернет
	Уметь использовать знания в сфере цифровых коммуникаций в профессиональной деятельности
	Владеть технологиями использования коммуникаций в сети интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов
ПК-10	Знать принципы оценки эффективности

	профессиональных коммуникаций в сети интернет
	Уметь использовать методики и техники осуществления оценки эффективности профессиональных digital-коммуникаций
	Владеть способностью осуществлять контроль и оценку эффективности профессиональных коммуникаций в сети интернет

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Цифровые коммуникации в профессиональной сфере» составляет 4 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий **очная форма обучения**

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		5
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	54	54
В том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
<b>Самостоятельная работа</b>	90	90
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость академические часы з.е.	144 4	144 4

#### **заочная форма обучения**

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		5
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	10	10
В том числе:		
Лекции	4	4
Практические занятия (ПЗ)	6	6
<b>Самостоятельная работа</b>	130	130

Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость академические часы з.е.	144 4	144 4

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

#### очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Интернет как медийная среда и основа для формирования профессиональных цифровых коммуникаций.	Интерактивность: определение понятия. Интеракция в межличностной, групповой и межгрупповой коммуникации. Функции и свойства интерактивной среды. Принципы и основные формы интерактивного взаимодействия. Коммуникационные модели в сети Интернет. Сообщества, блоги, форумы, социальные сети.	4	6	14	24
2	Public relations в сети Интернет.	Уникальные свойства интерактивной среды как основы для профессиональной деятельности. Инструменты и методы работы в сети. Бизнес-модели в сети Интернет. Интернет-стратегии и конкурентные преимущества. Разработка партнерских программ, офф-лайн мероприятия. Онлайн-репутация.	4	6	14	24
3	Конвергентная редакция. Интерактивная журналистика.	Интерактивность на телевидении. Типы интерактивных телепередач и их основные признаки. Модели, сценарии. Профессиональные качества журналиста в условиях интерактивного общения. Конвергентный текст. Гражданская журналистика.	4	6	14	24
4	Интернет как полноценный медиаканал.	Средства Интернета в комплексе с другими медиа: телевидением, наружной рекламой, прессой, радио и ВТЛ. Медиапланирование в Интернете.	2	6	16	24
5	Контент-менеджмент.	Копирайтинг в цифровой среде. Виды контента. Разработка контент-плана. Контент и дизайн сообщения. Стратегии вовлечения и интерактивного взаимодействия с аудиторией с помощью контента. Использование контента в качестве инструмента продвижения компании и ее товаров.	2	6	16	24
6	Реклама и маркетинг в сети Интернет.	Pull & Push технологии. Виды носителей рекламы. Баннеры и рекламные системы. Средства Интернет-рекламы, соответствующие различным типам компаний. Интернет-маркетинг. Скрытый и вирусный маркетинг.	2	6	16	24
<b>Итого</b>			<b>18</b>	<b>36</b>	<b>90</b>	<b>144</b>

#### заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Интернет как медийная среда и основа для формирования профессиональных цифровых коммуникаций.	Интерактивность: определение понятия. Интеракция в межличностной, групповой и межгрупповой коммуникации. Функции и свойства интерактивной среды. Принципы и основные формы интерактивного взаимодействия. Коммуникационные модели в	2	-	20	22

		сети Интернет. Сообщества, блоги, форумы, социальные сети.				
2	Public relations в сети Интернет.	Уникальные свойства интерактивной среды как основы для профессиональной деятельности. Инструменты и методы работы в сети. Бизнес-модели в сети Интернет. Интернет-стратегии и конкурентные преимущества. Разработка партнерских программ, офф-лайн мероприятия. Онлайн-репутация.	2	-	22	24
3	Конвергентная редакция. Интерактивная журналистика.	Интерактивность на телевидении. Типы интерактивных телепередач и их основные признаки. Модели, сценарии. Профессиональные качества журналиста в условиях интерактивного общения. Конвергентный текст. Гражданская журналистика.	-	-	22	22
4	Интернет как полноценный медиаканал.	Средства Интернета в комплексе с другими медиа: телевидением, наружной рекламой, прессой, радио и ВТЛ. Медиапланирование в Интернете.	-	2	22	24
5	Контент-менеджмент.	Копирайтинг в цифровой среде. Виды контента. Разработка контент-плана. Контент и дизайн сообщения. Стратегии вовлечения и интерактивного взаимодействия с аудиторией с помощью контента. Использование контента в качестве инструмента продвижения компании и ее товаров.	-	2	22	24
6	Реклама в сети Интернет.	Pull & Push технологии. Виды носителей рекламы. Баннеры и рекламные системы. Средства Интернет-рекламы, соответствующие различным типам кампаний. Интернет-маркетинг. Скрытый и вирусный маркетинг.	-	2	22	24
<b>Итого</b>			<b>4</b>	<b>6</b>	<b>130</b>	<b>140</b>

## 5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

## 6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

**7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

### 7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
ПК-3	Знать историю и основные тенденции	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок,	Невыполнение работ в срок,

	развития сети интернет		предусмотренный в рабочих программах	предусмотренный в рабочих программах
	Уметь использовать знания в сфере цифровых коммуникаций в профессиональной деятельности	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть технологиями использования коммуникаций в сети интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-10	Знать принципы оценки эффективности профессиональных коммуникаций в сети интернет	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь использовать методики и техники осуществления оценки эффективности профессиональных digital-коммуникаций	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть способностью осуществлять контроль и оценку эффективности профессиональных коммуникаций в сети интернет	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

### 7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 5 семестре для очной формы обучения, 5 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ПК-3	Знать историю и основные тенденции развития сети интернет	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь использовать знания в сфере цифровых коммуникаций в профессиональной деятельности	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

	Владеть технологиями использования коммуникаций в сети интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
ПК-10	Знать принципы оценки эффективности профессиональных коммуникаций в сети интернет	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь использовать методики и техники осуществления оценки эффективности профессиональных digital-коммуникаций	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	Владеть способностью осуществлять контроль и оценку эффективности профессиональных коммуникаций в сети интернет	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

## **7.2 Примерный перечень оценочных средств (типичные контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)**

### **7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию**

1. Выберите свойство, которым не обладает качественное PR-сообщение?
  - a) Актуальное и соответствует временному контексту
  - b) Яркое и привлекающее внимание всех
  - c) Профессиональное (на языке аудитории)
  - d) Открытое (включает обратную связь)
2. Весомая проблема, с которой может столкнуться PR-специалист при работе с блогерами:
  - a) Накрученные аккаунты
  - b) Обязательная предоплата публикации
  - c) Работа с блогером осуществляется только через агентство или платформу
  - d) Блогер недавно сделал публикацию с продуктом конкурента
3. Какое время является оптимальным на реакцию в сети для антикризисного PR?
  - a) 1 день
  - b) 2 часа

- c) 15 минут
  - d) Время не имеет значения
4. Нужно ли ставить «16+» в рекламных постах и бренд-пабликах в социальных сетях?
- a) Нет, в законе о рекламе об этом ничего не сказано
  - b) Возрастные ограничения регулируются платформой, а не брендом
  - c) Если есть нецензурная брань, или жестокий контент, то нужно
  - d) Это правило распространяется только на рекламные посты, посвященные информационной продукции (фильмы, концерты, мобильные приложения и т.п.)
5. Какой формат спецпроектов наиболее эффективен при продуктовом PR?
- a) Подборки и статьи, которые не привязаны к продукту, но выходят при поддержке бренда
  - b) Статьи, тесты о самом продукте и опыте его использования
  - c) Интервью с известными людьми, в которые интегрирован продукт
  - d) Видеоразмещение у блогеров
7. Как правильно измерить эффективность нативной рекламы?
- a) По количеству шервов и лайков
  - b) По количеству активированных промокодов
  - c) По времени просмотра, количеству доскроллов, количеству кликов, переходов на сайт
  - d) Эффективность нативной рекламы не измеряется
8. Что значит CPC?
- a) Показатель вовлечения пользователя на сайте
  - b) Процент конверсии в клиентов
  - c) Стоимость показов
  - d) Стоимость одного клика в поисковой системе
9. Что такое @vote?
- a) Не знаю / не встречал
  - b) Это бот, которые делает опросы для Facebook
  - c) Бот, который помогает делать опросы в telegram-канале
  - d) Telegram-бот, с помощью которого можно делать отложенный постинг
10. Как вы думаете, какая соцсеть занимает первое место по количеству размещаемой рекламы?
- a) Facebook
  - b) Instagram
  - c) YouTube
  - d) Вконтакте

### **7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач Темы для анализа сайтов:**

1. Анализ сайтов рекламных агентств
2. Анализ сайтов типографий
3. Анализ сайтов PR - агентств
4. Анализ сайтов эвент-компаний

## 5. Анализ сайтов конкурсов и олимпиад по рекламе

### 7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

Задания для решения прикладных задач представляют собой разработку проекта продвижения организации в соцсетях согласно следующему алгоритму:

1. Ознакомиться с теоретической и практической базой по работе в сети Facebook (формирование комьюнити и контента).
2. Ознакомиться с сервисами, предоставляющими услуги таргетированной рекламы в Facebook
3. Проанализировать успешный опыт работы 2-3 сообществ в Facebook, аналогичных проекту, представленному в кейсе.
4. Составить базу сообществ Facebook, близких проекту по тематике и ЦА, с контактами админа и ценами на размещение сообщения/репоста.
5. Составить систему оценки эффективности работы сообщества (метрики и цифры).

### 7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Ключевые признаки новых медиа и их отличия от традиционных медиа.
2. Основные тенденции развития Интернета в России.
3. Отличия между понятиями «новые медиа», «социальные медиа» и «цифровые медиа».
4. История развития Интернета в мире и в России.
5. Эволюция Интернета. Принципы организации Web 2.0 и отличия от Web 1.0.
6. Механизмы сотрудничества пользователей: краудсорсинг, краудфандинг.
7. Черты современной сетевой социальности и «социальности с объектами».
8. Появление сетевых медиа. Цифровые медиа в России.
9. Конвергентная редакция. Организация текста в Интернете.
10. Соотношение гражданской и профессиональной журналистики.
11. Блогерство как массовое явление. Влияние блогерства на социальную коммуникацию и масс-медиа.
12. Трансформация публичного и приватного пространства в Сети.
13. Просьюмеризм и движение открытого кода.
14. Цифровое неравенство (географическое, социальное, политическое).
15. Использование новых медиа в политических кампаниях.
16. Электронное правительство.
17. Интернет как публичное пространство. Медиаактивизм в новых медиа.
18. Использование новых медиа в рекламных и PR-кампаниях.
19. Маркетинг в эпоху Web 2.0, его возможности и ограничения.
20. Экономика внимания и участия. Просьюмеризм и геймификация.

21. Структура управления Интернетом. Основные документы по регулированию Интернета в мире и в России.

22. Интеллектуальная собственность в Сети. Новые виды лицензий.

23. Хакерство и безопасность в Сети.

#### **7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации**

Зачет проводится по билетам, каждый из которых содержит 2 вопроса. Каждый правильный ответ на вопрос в билете оценивается 10 баллами. Максимальное количество набранных баллов – 20.

1. Оценка «Неудовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал менее 6 баллов.

2. Оценка «Удовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал от 6 до 10 баллов

3. Оценка «Хорошо» ставится в случае, если студент набрал от 11 до 15 баллов.

4. Оценка «Отлично» ставится, если студент набрал от 16 до 20 баллов.

#### **7.2.7 Паспорт оценочных материалов**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Интернет как медийная среда и основа для формирования профессиональных цифровых коммуникаций.	ПК-3, ПК-10	Тест, письменно-устный ответ
2	Public relations в сети Интернет.	ПК-3, ПК-10	Тест, письменно-устный ответ
3	Конвергентная редакция. Интерактивная журналистика.	ПК-3, ПК-10	Тест, письменно-устный ответ
4	Интернет как полноценный медиаканал.	ПК-3, ПК-10	Тест, письменно-устный ответ
5	Контент-менеджмент.	ПК-3, ПК-10	Тест, письменно-устный ответ
6	Реклама в сети Интернет.	ПК-3, ПК-10	Тест, письменно-устный ответ

#### **7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач

на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

## **8 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения Дисциплины**

1. Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет [Электронный ресурс] : Методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. - Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. - 70 с. - ISBN 2227-8397.URL: <http://www.iprbookshop.ru/86412.html>

2. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс] : Учебное пособие для вузов / Ф. Китчен; ред. Б. Л. Еремина; пер. Е. Э. Лалаян. - Паблик рилейшнз. Принципы и практика ; 2022-03-26. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 455 с. - Лицензия до 26.03.2022. - ISBN 5-238-00603-9. URL: <http://www.iprbookshop.ru/81726.html>

3. Мамина, Р. И. Искусство самопрезентации [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Р. И. Мамина. - Санкт-Петербург : Петрополис, 2017. - 184 с. - ISBN 978-5-9676-0854-4. URL: <http://www.iprbookshop.ru/84662.html>

4. 78-2020 Организация контактной работы преподавателей и студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 12 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова\_Методические рекомендации по контактной работе.pdf.

5. 76-2020 Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 24 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова Метод. рек. по самост. работе студ..pdf

#### **8.1.2. Перечень дополнительной литературы**

6. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 184 с.
7. Попов, А.В. Блоги. Новая сфера влияния / Антон Попов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.
8. Герасимюк Т. Виртуальные «виртуальные PR»: три сферы взаимодействия с интернет-аудиторией (сетевые сообщества, персональные коммуникации, online СМК) // Советник. 2001. № 2. С. 27.;
9. Егоров В.В., «На пути к информационному обществу», М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 2006.- 192 с.;
10. Почепцов Г.Г., «Информационно-политические технологии.», М., «Центр», 2003г., 384 с.
11. Вирен, Г. Современные медиа : Приемы информационных войн Текст учеб. пособие для вузов по направлению 030600 и специальности 030601 "Журналистика" Г. Вирен. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 125, [1] с.
12. «Россия сетевая», Атлас Интернета / Фонд «Общественное мнение» – М.: Издательство «Европа», 2006

**8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:**

Лицензионное программное обеспечение

- Microsoft Office Word 2013/2007
- Microsoft Office Excel 2013/2007
- Microsoft Office Power Point 2013/2007
- Acrobat Professional 11.0 MLP
- ABBYY FineReader 9.0

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  
<http://www.edu.ru/>

Образовательный портал ВГТУ Блог о контент маркетинге -  
<https://texterra.ru> Журнал о маркетинге – [www.4p.ru](http://www.4p.ru) Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе - [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

Информационные справочные системы <http://window.edu.ru>  
<https://wiki.cchgeu.ru/>

## 9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер с Microsoft Office, проектор, экран переносной настольный, презентации в системе Power Point, банк тестов по курсу).

## 10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Цифровые коммуникации в профессиональной сфере».

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

В соответствии с требованиями образовательного стандарта при реализации компетентного подхода предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

1. Интерактивные лекции с использованием мультимедийного оборудования, а также интерактивного взаимодействия с аудиторией по принципу «вопрос – ответ».
2. Подготовка самостоятельных творческих работ и их последующие презентации, решение PR-задач/ситуаций из реальной PR-практики, деловые игры, кейсы, тестирование, проведение групповых дискуссий по тематике курса, современные технологии контроля знаний.

Контроль усвоения материала дисциплины производится тестированием, проверкой решения задач, проверкой курсовой работы, защитой курсовой работы.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной

	литературой, а также проработка конспектов лекций; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом с оценкой, зачетом с оценкой три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.

## Лист регистрации изменений

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
1	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2019	
2	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2020	