

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет имени
Н.А. Добролюбова»



Цифровая среда в деятельности рекламы и связей с общественностью (наименование дисциплины)

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой _____ рекламы, связей с общественностью и туризма

Учебный план

Направление подготовки _____ 42.04.01 Реклама и связи с общественностью _____

Направленность (профиль) _____ Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура) _____

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 22

самостоятельная работа 88,95

Виды контроля в семестрах (на курсах):

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (Курс для заочной формы обучения)	4 семестр			Итого	
Неделя (для очной формы обучения)	5-10 н.,15-25 н.				
Вид занятий	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки	УП	Из них практической подготовки
Лекции	6	6					6	6
Практические (в том числе интеракт.)	6	6					6	6
Семинарские (в том числе интеракт.)	10	10					10	10
Итого ауд.	22	22					22	22
Часы на контроль	0,5	0,5					0,5	0,5
Контактная работа	22,05	22,05					22,05	22,05
Самостоятельная работа	85,95	85,95					85,95	85,95
Итого	108	108					108	108

Программу составил(и):
д.филол.н., доцент Архангельская И.Б.

Рецензент(ы):
к.ф.н., доцент Ротанова М.Б.

Рабочая программа дисциплины
Цифровая среда в деятельности рекламы и связей с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 08.06.2017 № 528.

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса (магистратура)

утвержденного Учёным советом вуза от 16.06.2022г., протокол №13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма

Протокол от 10.06.2022 г. № 13

Срок действия программы: 2022-2023 уч.г.

Зав. кафедрой кан.филол.наук, доцент Ротанова М.Б.

(уч. степень, уч. звание, Ф.И.О)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цель: Представление теоретических знаний в области современных тенденций развития медиакультурных процессов, воспитание критического мышления в понимании сложных и противоречивых информационно-коммуникационных процессов, протекающих в условиях глобализации бизнес-среды.
1.2	Задачи освоения дисциплины: Сформировать представление о понятиях «медиапространство», «медиакультура», «коммуникационный процесс», «конвергентность СМИ».
1.3	Изучить особенности функционирования традиционных и новых медиа в глобальном мире.
1.4	Освоить технологии продвижения бизнеса в современном медиапространстве
1.5.	Рассмотреть конвергентные формы работы в современных информационных бизнес-коммуникациях
1.6.	Сформировать навык управления коммуникациями в новых медиа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Цикл (раздел) ОПОП: <i>Б1.В.ДВ</i>	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Культурно-исторические аспекты социальной коммуникации
2.1.2	Коммуникационный менеджмент
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.6	<ul style="list-style-type: none"> Производственная практика (профессионально-творческая практика)
2.2.7	<ul style="list-style-type: none"> Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации	
Знать:	
Уровень Пороговый	На базовом уровне современные методики для оценки качества коммуникационного продукта (медиатекста) и современные критерии оценки эффективности реализации коммуникационного продукта (медиатекста)
Уровень Высокий	На хорошем уровне современные методики для оценки качества коммуникационного продукта (медиатекста) и современные критерии оценки эффективности реализации коммуникационного продукта (медиатекста)
Уровень Повышенный	На высоком уровне современные методики для оценки качества коммуникационного продукта (медиатекста) и современные критерии оценки эффективности реализации коммуникационного продукта (медиатекста)
Уметь:	
Уровень Пороговый	На базовом уровне оценивать качество коммуникационного продукта (медиатекста) и и создавать коммуникационные продукты (медиатексты)
Уровень Высокий	На хорошем уровне оценивать качество коммуникационных продуктов (медиатекстов) и создавать коммуникационные продукты (медиатексты)
Уровень Повышенный	На высоком уровне оценивать качество коммуникационных продуктов (медиатекстов) и создавать коммуникационные продукты (медиатексты)
Владеть:	
Уровень Пороговый	На базовом уровне навыками оценки качества коммуникационного продукта (медиатекста) и эффективности реализации коммуникационного продукта (медиатекста)

Уровень Высокий	На хорошем уровне навыками оценки качества коммуникационного продукта (медиатекста) и эффективности реализации коммуникационного продукта (медиатекста)
Уровень Повышен ный	На очень высоком уровне навыками оценки качества коммуникационного продукта (медиатекста) и эффективности реализации коммуникационного продукта (медиатекста)

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семес тр / Курс	Объе м в часа х	Компетенции	Литература	Примечани е
	Раздел 1. Цифровые коммуникация и медиатекст в современном интернет-медиапространстве: создание и его оценка.	4/2	6	ПК-7	Л1.1; Л2.1; Л1.1; Э1; Э2	
1.1	Лекция	4/2	2	ПК-7	Л1.1; Л2.1; Л1.1; Э1; Э2	
1.2	Семинар	4/2	2	ПК-7	Л1.1; Л2.1; Л1.1; Э1; Э2	
1.3.	практика	4/2	2	ПК-7	Л1.1; Л2.1; Л1.1; Э1; Э2	
	Самостоятельная работа	4/2	30	ПК-7	Л1.1; Л2.1; Л1.1; Э1; Э2	
2.	Раздел 2. Создание цифрового коммуникационного продукта в новых медиа: форматы и методики его оценки.	4/2	6	ПК-7	Л1.1, Л1.2; Л2.4; Л2.4; Э1- Э5	
2.1	Лекции	4/2	2	ПК-7	Л1.1, Л1.2; Л2.4; Л2.4; Э1- Э5	
2.2	Семинар	4/2	2	ПК-7	Л1.1, Л1.2; Л2.4; Л2.4; Э1- Э5	
2.3.	практика	4/2	2	ПК-7	Л1.1, Л1.2; Л2.4; Л2.4; Э1- Э5	
2.4.	Самостоятельная работа	4/2	30	ПК-7	Л1.1, Л1.2; Л2.4; Л2.4; Э1- Э5	
3.	Раздел 3 Организация коммуникационной кампании в цифровой среде и способы оценки ее эффективности.	4/2	20	ПК-7	Л1.1 - Л1.3, Л2.2- Л2.5; Э1 – Э5	
3.1	Лекции	4/2	2	ПК-7	Л1.1; Л1.2 Л2.2- Л2.4; Э1 – Э5	
3.2	Семинар	4/2	2	ПК-7	Л1.1; Л1.2 Л2.2- Л2.4; Э1 – Э5	
3.3.	практика	4/2	6	ПК-7	Л1.1; Л1.2 Л2.2- Л2.4; Э1 – Э5	
3.4	Самостоятельная работа	4/2	48	ПК-7	Л1.1; Л1.2 Л2.2- Л2.4; Э1 – Э5	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
5.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы к зачету (зачету с оценкой, экзамену):

1. Дискуссия вокруг понятия «цифровая коммуникация»
2. Тренды в развитии современного медиапространства в сети Интернет
3. Понятия «глобальная деревня» и «глобальная Сеть»: общее и различное
4. Основные этапы «коммуникационного процесса» в цифровой среде
5. Конвергентность СМИ в онлайн-среде: проблемы и перспективы
6. Типология интернет-СМИ
7. Особенности копий интернет-изданий
8. Оригинальные интернет-СМИ: цели, задачи, специфика подачи материала.
9. Цифровой медиатекст: основные черты и способы представления.
10. Роль аудитории в создании сетевого медиаконтента
11. Обратная связь в онлайн-СМИ.
12. Цифровой медиапродукт на современном радио
13. Цифровой медиапродукт на телевидении.
14. Понятие «социальные медиа». Их роль и задачи на современном этапе.
15. История социальных медиа
16. Медиапродукт в социальных сетях.
17. Противоречия между традиционными и новыми медиа: проблемы и перспективы.
18. Оценка эффективности онлайн-СМИ.
19. Оценка эффективности цифровых медиапродуктов.
20. Типология цифровых коммуникационных кампаний
21. Ключевые этапы в организации и проведении цифровых коммуникационных кампаний.
22. Количественные методы оценки цифровых коммуникационных кампаний.
23. Качественные методы оценки цифровых коммуникационных кампаний.
24. Реклама в цифровой среде: виды и способы применения.
25. Особенности продвижения продуктов и услуг в социальных медиа.

5.2. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств представлен в Приложении 1

Тест

Найти правильный ответ из трех предложенных. Примеры вопросов:

Вопрос 1. Суждения приобретают статус общественного мнения, если...

- а) распространены в Интернете
- б) обсуждаются в коллективе
- в) публично высказаны и распространены

Вопрос 2. Какая из функций общественного мнения реализуется через оценку каналов выражения?

- а) оценочная
- б) информационная
- в) аналитическая

Вопрос 3. Задачей коммуникативного аудита является...

- а) осмысление согласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организации и целевыми группами населения
 - б) выявить установки и мнения людей
 - в) методы, не требующие вмешательства в работу объектов исследования
- Каковы главные признаки информационного общества?

5.3. Перечень видов оценочных средств

Тест, практические задания.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература (не старше 15 лет)

6.1.1. Основная литература

(из библиотек lib.lunn.ru, <http://biblioclub.ru>, <http://urait.ru>)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
--	------------------------	----------	-------------------

Л1.1	Акулич, М.В.	Интернет-маркетинг: учебник.	Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342
Л1.2	Кириллова Н.Б.	Медиалогия. 2-е изд., стер	М.; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 420 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602 (дата обращения: 10.12.2020).
Л1.3.	Малышева Е.Г., Рогалева О.С.	Методология и методы медиаисследований: учебное пособие	Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2017. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563025

6.1.2. Дополнительная литература

(литература из электронных ресурсов и печатные варианты из библиотеки НГЛУ)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ачкасова В. А.	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов/ под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп.	— Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453280 (д
Л2.2	Дрокина, К.В.	Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие	Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Таганрог : Южный федеральный университет, 2016. – Ч. 2. – 76 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030
Л2.3		Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. –	Москва : Юнити, 2015. – 504 с. – (Magister). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Л2.4	Кириллова, Н.Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие :	Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 185 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
Л2.5	Шпаковский,	Интернет-журналистика и Интернет-реклама :	Москва ; Вологда :

	В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С.	учебное пособие.	Инфра-Инженерия, 2018.URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883
--	--	------------------	---

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] URL: http://www.akarussia.ru/
Э2	Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // URL: www.advertology.ru .
Э3	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.movavi.ru/videoeditor
Э4	Сервис для создания и редактирования видео. URL: www.supa.ru
Э5	Федеральный Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/
Э6	Федеральный Закон РФ «О Средствах массовой информации» (Закон о СМИ) от 27.12. 1991 № 2124-1 (действующая редакция от 01.09.2013) / [электронный ресурс] / URL http://www.consultant.ru/popular/smi/

6.3. Перечень программного обеспечения

6.3.1.	Microsoft Windows 7, 10
6.3.2.	Microsoft Office - Word - Excel - Access - Power Point - Outlook
6.3.3.	Adobe Acrobat Reader DC
6.3.4.	ABBYY FineReader 11
6.3.5.	Google Chrome
6.3.6.	CorelDraw
6.3.7.	Adobe inDesign cs 6
6.3.8.	Adobe PhotoShop
6.3.9.	ZOOM
6.3.10.	Сервис Timetoast. URL https://www.timetoast.com/
6.3.11	Ресурс Infographer. URL: http://infographer.ru/service/

6.4. Перечень информационных справочных систем

6.4.1	Информационно-правовой портал «Гарант». URL: http://www.garant.ru/
6.4.2.	Справочная правовая система «Консультант Плюс. URL: http://www.consultant.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебные аудитории для проведения лекционных (семинарских) занятий, укомплектованные специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения: компьютерами и мультимедиа.
7.2	Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.
...	...

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

из файла «Методические указания»

В дисциплине «Цифровая среда в деятельности рекламы и связей с общественностью» практические занятия требуют от студента интенсивной работы во время лекций и вне аудитории, а именно:

- внимательного конспектирования лекций с подробным фиксированием основных ее положений, формулировок определений центральных понятий лингвистики, иллюстративных фактов;

- тщательной проработки темы предыдущей лекции для ответа на вопросы преподавателя, заданные с целью повторения пройденного материала;
- участия в дискуссиях, инициированных преподавателем;
- самостоятельного решения практических задач;
- подготовки сообщений на основе рекомендуемой дополнительной литературы и с привлечением Интернет-ресурсов;
- самостоятельного подбора примеров из разных языков, иллюстрирующих теоретические положения лингвистики;
- осуществления самоконтроля знаний и применения этих знаний на практических занятиях по специальным дисциплинам
- использование онлайн- ресурсов.

На практические занятия выносятся ключевые темы курса или наиболее сложные проблемы, которые требуют дополнительной проработки. Цель практических занятий - закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях; развитие умений самостоятельной работы с учебной и научной литературой, навыков устной научной коммуникации; развитие навыков поиска и анализа информации, изучения кейсов из практики, умения работы в команде.

:

- изучение соответствующих лекций и разделов рекомендуемых учебников и дополнительной литературы;

- подготовку устных и письменных сообщений, докладов и презентаций по избранной теме.

- Участие в практическом занятии включает:

- активное участие студентов в обсуждении вопросов по плану занятия, в дискуссиях;
- аргументирование собственной точки зрения по тому или иному вопросу;
- выполнение индивидуальных и проектных заданий;
- формулирование выводов по теоретической проблеме;
- самостоятельное решение практических задач и умение представить их обоснованное решение;
- фиксирование наиболее сложных положений и обсуждаемых проблем.

- мониторинг СМИ;

- проектная деятельность, которая включает планирование, организацию, поиск креативных идей, умения принимать решения и оценивать как промежуточные, так и конечные результаты.

- Самостоятельная работа завершает задачи всех видов учебной работы.

Самостоятельная работа способствует:

- углублению и расширению знаний;
- формированию интереса к познавательной деятельности;
- овладению приемами процесса познания;
- развитию познавательных способностей.

Проведение учебных занятий в интерактивной форме обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

Преподавание дисциплины осуществляется на основе следующих результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

9. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В процессе преподавания дисциплины обеспечивается соблюдение следующих специальных условий:

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации электронной-информационной образовательной среде Университета;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения (опора на определенные и точные понятия, использование для иллюстрации конкретных примеров, применение вопросов для мониторинга понимания, разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки, увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала);

- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в специальные помещения (учебные аудитории, помещения для самостоятельной работы и др.), а также пребывания в них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

В процессе преподавания дисциплины используются адаптационные и вспомогательные технологии, такие как:

а) *технологии сбережения здоровья*: обеспечиваются соблюдением ортопедического режима (использование ходунков, инвалидных колясок, трости), регулярной сменой положения тела в целях нормализации тонуса мышц спины, профилактикой утомляемости, соблюдение эргономического режима и обеспечением архитектурной доступности среды (окружающее пространство, расположение учебного инвентаря и оборудования аудиторий обеспечивают возможность доступа в помещения и комфортного нахождения в нём).

б) *ИКТ технологии*: обеспечены возможностью применения ПК и специализированных индивидуальных компьютерных средств (специальные клавиатуры, мыши, компьютерная программа «виртуальная клавиатура» и др.).

в) *Использование возможностей электронной информационно образовательной среды Университета*:

г) *технологии индивидуализации обучения*: обеспечиваются возможностью применения индивидуальных устройств и средств, ПК, учётом темпов работы и утомляемости, предоставлением дополнительных консультаций.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья широко используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа.

Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

Для самостоятельной работы инвалидов и лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются стационарные специальные технические средства: рабочее место пользователя с нарушением двигательных функций с альтернативными устройствами ввода информации с джойстиком компьютерным, выносными кнопками мыши, большой программируемой клавиатурой Клавинта, рабочее место пользователя с нарушением двигательных функций с адаптированной мышкой (головной), выносными кнопками мыши.

При проведении процедуры текущего контроля результатов обучения по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме)

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в электронной форме);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно). В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

– предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;

– возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;

– увеличение продолжительности проведения аттестации;

– возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).