

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 43 от 20.11.2023

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГУАДИ
_____ Н.В. Багрова

" ____ " _____ 202_ г.

Цифровые технологии в профессиональной сфере

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Коммуникационного дизайна
Учебный план	42.04.01_2025_MagРиО.plx
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль	реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Квалификация	Магистр
Форма обучения	очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ

Часов по учебному плану	108
в том числе:	
аудиторные занятия	36
самостоятельная работа	72

Виды контроля в семестрах:
зачеты 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Неделя	16 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Практически е	36	36	36	36
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Преподаватель кафедры КД, Т.Б. Чешева

Рецензент(ы):

канд. экон. наук., доцент кафедры ПД, И.В. Рязанцева

Рабочая программа дисциплины

Цифровые технологии в профессиональной сфере

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 20.11.2023 протокол № 43.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Коммуникационного дизайна

Протокол от 17.09.2024 г. № 2

Срок действия программы: 2025-2027 уч.г.

Зав. кафедрой М.Г. Нечаев

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	сформировать представление о принципах использования цифровых технологий в профессии специалиста по общественным коммуникациям, об основных техниках и приёмах эффективного применения цифровых технологий и средств коммуникации для решения профессиональных задач

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Планирование и реализация коммуникационных кампаний
2.1.2	Правовые основы защиты интеллектуальной собственности
2.1.3	Управление персоналом и организациями в креативных индустриях (модуль)
2.1.4	Управление человеческими ресурсами в организациях креативных индустрий
2.1.5	Экзамен по модулю "Управление персоналом и организациями в креативных индустриях (модуль)"
2.1.6	Конфликтология и этика деловых коммуникаций
2.1.7	Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов
2.1.8	Методы принятия управленческих решений
2.1.9	Психология коммуникаций в креативных индустриях
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1: Способен организовать работу и руководить подразделениями (предприятиями) в сфере рекламы и связей с общественностью	
Знать:	
Уровень 1	принципы SEO сайта, настройки контекстной и медийной рекламы
Уровень 2	методы работы в цифровой среде коммуникационной деятельности организации
Уметь:	
Уровень 1	осуществлять организационно-управленческую деятельность в рекламе и связях с общественностью с применением цифровых технологий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	ПК-1.1.2 Принципы функционирования и методы применения цифровых технологий, используемых в профессиональной сфере
3.2	Уметь:
3.2.1	ПК-1.2.2 Применять цифровые технологии в управлении коммуникационной стратегией компании и организацией ее коммуникационной деятельности в соответствии с принципами и нормами профессиональной сферы;
3.3	Владеть:

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Цифровая среда профессиональной деятельности					
1.1	4-я промышленная революция. Цифровая экология. Цифровая трансформация экономики. Стратегия цифрового развития /Пр/	3	4	ПК-1	Л1.2Л2.1 Э1	

1.2	Рынок цифровых услуг и технологий. Значение интернета, мобильной связи, новых медиа, искусственного интеллекта, системы сбора, обработки хранения информации на основе Big Data, облачных вычислений, интернета вещей для развития экономики и бизнес-процессов. Функционирование и развитие предпринимательства в условиях цифровой экономики. Потребительское поведение в эпоху цифровых коммуникаций. Потребитель 3.0 /Пр/	3	4	ПК-1	Л1.2Л2.1 Э1	
1.3	Цифровые методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации. Автоматизация планирования и реализации маркетинговых коммуникаций. Платформы и системы взаимодействия с потребителями в цифровой среде. Проблемы маркетинга в условиях цифровизации /Пр/	3	4	ПК-1	Л1.2Л2.1 Э1	
	Раздел 2. Цифровые инструменты профессиональной сферы					
2.1	SEO (Search Engine Optimization) сайта, контекстная и медийная реклама. Методики и инструменты мониторинга степени изменения выдачи «Яндекса». Фильтры поисковых систем. Инструменты для мониторинга ссылок. Технические инструменты SEO. Таргетинг. Основные рекламные показатели. CTR. CV. Время на сайте. Показатель отказов. Глубина просмотра. CPA. ROI. PPV. Работа со статистикой. Ретаргетинг. Медийная реклама. Эффективность и охваты медийной рекламы. Форматы медийной рекламы. Типы и подтипы кампании. Настройка медийной рекламы в Яндекс.Директ. Настройка медийной рекламы. Практическое занятие. Аудиторный таргетинг. Контекстный таргетинг. Оценка эффективности контекстной рекламы /Пр/	3	8	ПК-1	Л1.2Л2.1 Э1	

2.2	Сайт компании как маркетинговый инструмент. Основные характеристики веб -сайтов коммерческих компаний. Принципы создания сайта и управления им. Платформы конструирования сайтов. Требования к созданию и поддержанию работы сайта. Дополнительные требования к интернет -магазину или сайту с каталогом товаров. Ключевые показатели эффективности (KPI) сайта. ROMI (return on marketing investment), видимость сайта по семантическому ядру, показатель конверсии, целевое действие, CPC (cost per click), CPA (Cost Per Action), количество целевых визитов, количество лидов (обращения, подписки, контакты), количество продаж с сайта. Аналитические инструменты сайта компании. Принципы аналитики сайта: обработка данных по посещениям (общие и по разделам), ключевым запросам, источникам переходов, поведению посетителей и др. метрикам. Бриф на разработку сайта. Постановка задач программистам по доработке сайта. Интеграция сайта с другими элементами цифрового маркетинга (CRM, 1С). Подготовка отчетов, формирование предложений по развитию. Оптимизация и поддержание функционала сайта. /Пр/	3	8	ПК-1	Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1	
2.3	Web-аналитика Мониторинг присутствия компании в сети Интернет (позиции сайта в поисковых системах по необходимым ключевым запросам, отзывы о компании, упоминания на форумах, в блогах и др.). Мониторинг конкурентной среды: подготовка отчетов, формирование и реализация предложений по отстройке от конкурентов в сети Интернет. Сервисы и программы Яндекс.Метрика, Enterprise Feedback Management. Data Management Platform. Advanced Analytics Platform. Принципы оптимизации трафика, настройки счётчиков и целей, сбор данных и определения эффективности интернетресурсов компании /Пр/	3	8	ПК-1	Л1.2Л2.1 Э1	
2.4	Самостоятельное изучение материалов по темам раздела /Ср/	3	66	ПК-1	Л2.1 Э1	
2.5	По всем темам и разделам дисциплины /Зачёт/	3	6			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

См. приложение 1 к рабочей программе модуля "Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)"

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

См. приложение 1 к рабочей программе модуля "Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)"

5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

См. приложение 1 к рабочей программе модуля "Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)"

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Кужелева-Саган, И. П., Сучкова, Н. А.	Новостной раздел корпоративного сайта как предмет деятельности PR-специалиста: учебное пособие	Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2017
Л1.2	Нархов Д. Ю., Нархова Е. Н.	Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ветцель, К. Я.	Интернет-маркетинг: учебное пособие	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	: ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Цифровые технологии в профессиональной сфере» - Режим доступа: https://portal.nsuada.ru/course/
----	--

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ
7.2	Помещение для самостоятельной работы, оснащенная персональным компьютером (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ

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

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем, указанные в РПД источники литературы и другие материалы.

Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;
- проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине