

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Цифровые технологии и новые медиа в коммуникациях»

Дисциплина «Цифровые технологии и новые медиа в коммуникациях» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины — формирование способности организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж, в том числе продукции СМИ, разрабатывать маркетинговую стратегию и контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения, в том числе продукции СМИ (ПК-1.2.); создавать и редактировать информационные материалы для сайта, вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-2.1.); анализировать информационные потребности посетителей сайта (ПК-2.2.).

Задачи дисциплины: формирование знаний: - законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; - основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); - технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; - терминологию и ключевые параметры веб-статистики; основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов; популярные сервисы для сбора веб-статистики. - маркетинговые информационные технологии; - методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах

Умеет - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты; - интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение; - анализировать результаты продвижения, в том числе продукции СМИ, на основе полученных данных; - реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; владеть текстовым редактором; - пользоваться сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; - пользоваться функциями CMS и социальных сетей для оценки посещаемости.

формирует умения: - использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты; - интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение; - анализировать результаты продвижения, в том числе продукции СМИ, на основе полученных данных; - реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; владеть текстовым редактором; - пользоваться сервисами

для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; - пользоваться функциями CMS и социальных сетей для оценки посещаемости. формирование навыков: - анализа посещаемости ресурса, наиболее популярных страниц, обобщенных характеристик аудитории сайта; - оценки эффективности работы сайта; - выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; - разработки плана мероприятий по продвижению, в том числе продукции СМИ; - разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции, в том числе СМИ; - организации сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции, в том числе СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; анализа эффективности продвижения продукции, в том числе СМИ..

Исследуемые объекты дисциплины

• Социальные медиа • Digital-стратегия • Контент-план • Таргетированная реклама • Веб-аналитика.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		5	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	36	36	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)		16	16
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)		18	18
- контроль самостоятельной работы (КСР)		2	2
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	36	36	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36	36	
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
5-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ТЕМА 7. Медиа и общество.	2	0	2	4
Сетевое общество. Социальные аспекты медиакommunikаций. Язык новых медиа.				
ТЕМА 6. Медиаизмерения.	2	0	2	4
Способы и задачи медиаизмерений. Инструменты анализа медиа.				
ТЕМА 2. Медиавоздействие и медиаэффекты.	2	0	2	4
Медиавливание. Теории медиаэффектов (прайминг, фрейминг, формирование повестки и т.д.).				
ТЕМА 5. Медиаграмотность.	2	0	2	4
Медиаэтика. Медиакомпетенции. Медиапрактики.				
ТЕМА 1. Теории медиа. Понятие медиа. Классификации теорий. Модели медиакommunikаций	2	0	2	6
Понятие медиа. Классификации теорий. Модели медиакommunikаций				
ТЕМА 8. Медиа и культура.	2	0	2	4
Digital-культура. Цифровое искусство. Digital-эстетика. Виртуальная реальность.				
ТЕМА 4. Медиаполитика.	2	0	2	4
Власть в медиадискурсе.				
ТЕМА 3. Трансформация медиа.	2	0	4	6
Медиаконвергенция. Принципы новых медиа.				
ИТОГО по 5-му семестру	16	0	18	36
ИТОГО по дисциплине	16	0	18	36