

## 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 медиакоммуникаций. 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 медиакоммуникаций	2	0	2	6
Понятие медиа. Классификации теорий. Модели медиакоммуникаций				
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