

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.05.2024 12:13:29  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **МЕНЕДЖМЕНТ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **РЕКЛАМА**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Менеджмент цифровых коммуникаций» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 9 семестре 5 курса. Дисциплину реализует Очно-заочное и заочное отделение. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение стратегий, методов и инструментов управления коммуникациями в цифровой среде с целью эффективного взаимодействия с аудиторией и достижения поставленных целей компании. Основная задача этой дисциплины - развитие у студентов навыков планирования, реализации и оценки цифровых коммуникаций в различных сферах деятельности.

Целью освоения дисциплины является подготовка специалистов, способных оптимально использовать цифровые коммуникационные технологии для достижения бизнес-задач, эффективного взаимодействия с целевой аудиторией и повышения конкурентоспособности компании на рынке.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Менеджмент цифровых коммуникаций» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата; УК-3.4 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; УК-3.5 Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели; УК-3.6 Участвует в командной работе по выполнению поручений;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;
ПК-4	Способен применять типовые	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Менеджмент цифровых коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Менеджмент цифровых коммуникаций».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<i>PR в современном мире**</i> ; Медиапланирование; Основы менеджмента; Социология; Основы теории коммуникации; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Психология рекламы и PR; Управление человеческими	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		ресурсами; Нейминг**;	
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	1-я производственная практика; 2-я производственная практика; Введение в специальность; Основы менеджмента; История рекламы и связей с общественностью; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Психология рекламы и PR; Теория и практика массовой информации; Информационные технологии в рекламе и PR; Управление человеческими ресурсами; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Основы брендинга; BTL-технологии продвижения; Поведение потребителей; Теория и практика продаж в рекламе; Креативные коммуникации**; Реклама в современном мире**; Медиапланирование;	Преддипломная практика;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Основы маркетинга; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Информационные технологии в рекламе и PR; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Основы брендинга; BTL-технологии продвижения; Поведение потребителей; Теория и практика продаж в рекламе; Событийный маркетинг**; Креативные стратегии**; Маркетинговые исследования;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Международные маркетинговые коммуникации; Медиапланирование; 1-я производственная практика; 2-я производственная практика;	
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Учебная практика; 1-я производственная практика; 2-я производственная практика; Методы воздействия в массовых коммуникациях**; Практика медиакоммуникаций**; Медиапланирование; Основы менеджмента; Основы дизайна; Основы маркетинга; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Социология; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Психология рекламы и PR; Теория и практика массовой информации; Информационные технологии в рекламе и PR; Управление человеческими ресурсами; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Основы брендинга; BTL-технологии продвижения; Поведение потребителей; Теория и практика продаж в рекламе; Индустрия маркетинговых услуг**; Технология создания рекламного образа**;	Преддипломная практика;

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Менеджмент цифровых коммуникаций» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			9
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	93		93
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	17		17
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Теоретические основы цифровых коммуникаций	1.1	Система цифровых коммуникаций	ЛК, СЗ
		1.2	Основные инструменты и каналы цифровых коммуникаций	ЛК, СЗ
Раздел 2	Управление цифровыми коммуникациями	2.1	Цифровые коммуникации как объект управления	ЛК, СЗ
		2.2	Маркетинговые метрики цифровых коммуникаций	ЛК, СЗ
		2.3	Технологии управления цифровых коммуникаций	ЛК, СЗ
Раздел 3	Организация работы с цифровыми коммуникациями	3.1	Структура управления цифровыми коммуникациями	ЛК, СЗ
		3.2	Выбор и работа с внешними подрядчиками	ЛК, СЗ
		3.3	Оценка эффективности работы подрядчиков	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная		
Семинарская		
Для самостоятельной работы		

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Ревина С.Ю. Интернет-проекты: разработка и управление : учебное пособие / С.Ю. Ревина. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2022. - 132 с. : ил. URL : [https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link\\_FindDoc&id=505337&idb=0](https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=505337&idb=0)

2. Осипова Е.А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 381 с. - (Высшее образование. Бакалавриат).

Дополнительная литература:

1. Бушев, А. Б. Связи с общественностью: кризисная и конфликтная коммуникация в цифровую эпоху : учебное пособие для вузов / А. Б. Бушев. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 140 с. — ISBN 978-5-507-48483-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL : <https://e.lanbook.com/book/385982>

2. Латышев В.А. Руководство по антикризисному управлению изменениями "Бизнес-доктор" : учебное пособие / В.А. Латышев. - Электронные текстовые данные. -

Москва : РУДН, 2021. - 163 с. : ил. URL:

[https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link\\_FindDoc&id=501061&idb=0](https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=501061&idb=0)

3. Стреналюк В.В. Методические инструменты описания и управления знаниями и компетенциями в рамках методологии управления человеческим капиталом в интересах инновационного развития: методика экспресс-обучения : учебное пособие / В.В. Стреналюк. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2021. - 116 с. : ил. URL:

[https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link\\_FindDoc&id=500992&idb=0](https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=500992&idb=0)

4. Михайлова О.Б. Психология управления персоналом : учебное пособие / О.Б. Михайлова. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2020. - 207 с. URL:

[https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link\\_FindDoc&id=492072&idb=0](https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=492072&idb=0)

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier-science.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Менеджмент цифровых коммуникаций».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Менеджмент цифровых коммуникаций» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Осмоловская Анна  
Васильевна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Зам. декана по ОЗиЗО

*Должность БУП*

*Подпись*

Черняев Максим  
Васильевич

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой

*Должность, БУП*

*Подпись*

Трубникова Нина  
Вадимовна

*Фамилия И.О.*