

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.05.2026 16:38:16
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Институт экологии

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦИФРОВЫЕ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

18.03.02 ЭНЕРГО- И РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИЕ ПРОЦЕССЫ В ХИМИЧЕСКОЙ ТЕХНОЛОГИИ, НЕФТЕХИМИИ И БИОТЕХНОЛОГИИ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

ЭНЕРГО- И РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИЕ ПРОЦЕССЫ В ХИМИЧЕСКОЙ ТЕХНОЛОГИИ, НЕФТЕХИМИИ И БИОТЕХНОЛОГИИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Цифровые деловые коммуникации» входит в программу бакалавриата «Энерго- и ресурсосберегающие процессы в химической технологии, нефтехимии и биотехнологии» по направлению 18.03.02 «Энерго- и ресурсосберегающие процессы в химической технологии, нефтехимии и биотехнологии» и изучается в 4 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Департамент экологической безопасности и менеджмента качества продукции. Дисциплина состоит из 5 разделов и 18 тем и направлена на изучение принципов визуального и текстового оформления, адаптации материалов под разные цифровые каналы.

Целью освоения дисциплины является использование интерактивных форматов, вовлекающих технологий и платформ для двусторонней коммуникации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Цифровые деловые коммуникации» 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-12 | Способен к взаимодействию в условиях современной информационной культуры и цифровой экономики с учетом требований информационной безопасности, этических и правовых норм | УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных; |

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Цифровые деловые коммуникации» 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 «Цифровые деловые коммуникации».

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-12 | Способен к взаимодействию в условиях современной информационной культуры и цифровой экономики с учетом требований информационной безопасности, этических и правовых норм | Цифровая грамотность; Продвинутый Excel**; Основы программирования на Python**; | Моделирование энерго- и ресурсосберегающих процессов; Основы энерго- и ресурсосбережения; Искусственный интеллект в устойчивом развитии; |

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Цифровые деловые коммуникации» составляет «2» зачетные единицы

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

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | | Семестр(-ы) |
|---|--------------|----|-------------|
| | | | 4 |
| Контактная работа, ак.ч | 30 | | 30 |
| Лекции (ЛК) | 0 | | 0 |
| Лабораторные работы (ЛР) | 30 | | 30 |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | 0 | | 0 |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 42 | | 42 |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 0 | | 0 |
| Общая трудоемкость дисциплины ак.ч. | ак.ч. | 72 | 72 |
| | зач.ед. | 2 | 2 |

Общая трудоемкость дисциплины «Цифровые деловые коммуникации» составляет «2» зачетные единицы

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для заочной формы обучения.

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | | Семестр(-ы) |
|---|--------------|----|-------------|
| | | | 4 |
| Контактная работа, ак.ч | 8 | | 8 |
| Лекции (ЛК) | 0 | | 0 |
| Лабораторные работы (ЛР) | 8 | | 8 |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | 0 | | 0 |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 62 | | 62 |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 2 | | 2 |
| Общая трудоемкость дисциплины ак.ч. | ак.ч. | 72 | 72 |
| | зач.ед. | 2 | 2 |

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины | Наименование темы | | Содержание темы | Вид учебной работы* |
|---------------|-----------------------------------|-------------------|--|---|---------------------|
| Раздел 1 | Основы цифровых коммуникаций | 1.1 | Введение в цифровые деловые коммуникации | Понятие и виды цифровых коммуникаций (синхронные/асинхронные, формальные/неформальные). Основные каналы: email, мессенджеры, видеоконференции, соцсети, корпоративные порталы. Трансформация бизнес-коммуникаций под влиянием цифровых технологий. Преимущества и вызовы (скорость, доступность, информационный шум). Базовые модели и принципы эффективного общения в цифровой среде. | ЛР |
| | | 1.2 | Этика и нормы онлайн-общения | Сетевой этикет (нетикет): правила оформления писем, мессенджеров, комментариев. Тон общения, эмодзи и сокращения в деловой переписке. Культура ответа на сообщения (тайминг, обратная связь). Конфликтные ситуации и способы их цивилизованного разрешения онлайн. Уважение приватности и персональных границ коллег. Кросс-культурные аспекты в международных цифровых коммуникациях. | ЛР |
| | | 1.3 | Инструменты для профессиональной переписки | Обзор основных платформ: электронная почта (Gmail, Outlook), корпоративные мессенджеры (Slack, Telegram, Teams), чаты внутри CRM. Функционал для повышения продуктивности: автоответы, шаблоны, теги, фильтры. Интеграция с календарями и файловыми хранилищами. Критерии выбора инструмента под задачи компании. Правила использования групповых чатов и каналов. | ЛР |
| | | 1.4 | Управление цифровым имиджем | Понятие цифрового следа и онлайн-репутации. Профессиональные профили в соцсетях (LinkedIn, профильные сообщества). Формирование персонального бренда в цифровой среде. Мониторинг упоминаний о себе и компании. Стратегии реагирования на негативные отзывы и фейки. Инструменты для аудита и улучшения цифрового имиджа (сервисы поиска по соцсетям, системы репутационного менеджмента). | ЛР |
| | | 1.5 | Нейросети и AI в деловых коммуникациях | Применение искусственного интеллекта для автоматизации рутины: генерация текстов (ChatGPT, ЯндексGPT), переводчики, суммаризация переписок. AI-ассистенты для планирования встреч и ответов на письма. Анализ тональности и эмоций в сообщениях. Генерация идей и контента для презентаций, постов. Этические и правовые аспекты использования нейросетей (проверка фактов, конфиденциальность данных). | ЛР |
| Раздел 2 | Презентации и визуализация данных | 2.1 | Принципы эффективных бизнес-презентаций | Структура презентации: введение, основная часть (логика аргументов), заключение и призыв к действию. Правило 10/20/30 для слайдов. Адаптация под аудиторию (внутренняя, внешняя, топ-менеджмент). Техники удержания внимания онлайн. Работа с вопросами и возражениями. Лаконичность, фокус на ключевых сообщениях, сторителлинг. | ЛР |
| | | 2.2 | Инструменты для создания слайдов (PowerPoint, Canva) | Базовые и продвинутые функции PowerPoint: мастер слайдов, анимация, внедрение мультимедиа, SmartArt. Возможности Canva: шаблоны, бренд-кит, коллаборация в реальном времени. Альтернативы: Google Slides, Prezi, Keynote. Советы по визуальному оформлению: единый стиль, читаемость шрифтов, использование графики и иконок. Экспорт в разные форматы (PDF, видео, интерактивные презентации). | ЛР |
| | | 2.3 | Визуализация данных: графики и инфографика | Типы диаграмм (столбчатые, круговые, линейные, точечные) и их применение для бизнес-задач. Выбор подходящего формата для разных данных. Основы создания | ЛР |

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины | Наименование темы | | Содержание темы | Вид учебной работы* |
|---------------|---------------------------------|-------------------|---|---|---------------------|
| | | | | инфографики: иерархия информации, цветовое кодирование, акценты. Инструменты: Excel, Google Charts, Tableau, Infogram. Принципы честной визуализации (без искажения масштабов). Адаптация для слайдов и отчетов. | |
| | | 2.4 | Питчинг и публичные выступления онлайн | Структура короткого питча (проблема → решение → выгода → призыв). Особенности выступлений перед веб-камерой: контакт с объективом, фоновое освещение, звук. Управление голосом и темпом речи. Использование чата и интерактивов (опросы, реакции). Борьба со сценическим страхом в онлайн. Тайминг и обратная связь после выступления. | ЛР |
| Раздел 3 | Коллаборация и удалённая работа | 3.1 | Сервисы для совместной работы | Облачные редакторы документов (Google Docs, MS Office Online). Доски для мозгового штурма (Miro, Mural). Системы контроля версий и комментирования. Совместное редактирование таблиц и презентаций. Интеграция с мессенджерами и хранилищами. Правила одновременной работы (комментарии, назначение задач, история изменений). | ЛР |
| | | 3.2 | Проведение онлайн-совещаний (Zoom, Teams) | Платформы: Zoom, Teams, Google Meet, Яндекс.Телемост. Подготовка: повестка, рассылка материалов, проверка оборудования. Роли участников (модератор, секретарь, спикеры). Техники фасилитации: управление очередью выступлений, фиксация решений. Инструменты для голосования, демонстрации экрана, записи встречи. Пост-релиз и контроль выполнения решений. | ЛР |
| | | 3.3 | Управление проектами в цифровой среде (Trello, Asana) | Цифровые инструменты управления проектами (Trello, Asana, Jira, Битрикс24). Канбан-доски и диаграммы Ганта. Распределение задач и сроков, отслеживание прогресса. Коммуникация внутри проектных команд: обсуждения, файлы, уведомления. Интеграция с календарями и чатами. Ответственность и прозрачность для стейкхолдеров. | ЛР |
| | | 3.4 | Безопасность и конфиденциальность данных | Основные угрозы: фишинг, взлом аккаунтов, утечки данных. Правила создания и хранения паролей, двухфакторная аутентификация. Шифрование переписки (мессенджеры с E2EE, защищенные email-сервисы). Защита от социальной инженерии. Политика компании по обращению с конфиденциальной информацией (NDA, маркировка документов). Действия при инциденте безопасности. | ЛР |
| Раздел 4 | Продвижение в цифровой среде | 4.1 | Основы SMM для бизнеса | Выбор соцсетей в зависимости от аудитории и целей (B2B, B2C). Создание контент-плана: типы постов (экспертные, новостные, развлекательные). Правила ведения корпоративных аккаунтов: тон голоса, визуальный стиль, частота публикаций. Инструменты для отслеживания упоминаний и хештегов. Базовые метрики эффективности (охват, вовлеченность, переходы). Работа с комментариями и личными сообщениями. | ЛР |
| | | 4.2 | Деловые коммуникации в соцсетях | Использование LinkedIn, Telegram-каналов, профессиональных сообществ (Facebook-группы, форумы). Нетворкинг через соцсети: как писать первое сообщение, развивать диалог. Личный бренд сотрудников как актив компании. Коммуникация с партнерами и клиентами в Direct. Этикет деловой переписки в соцсетях (отличие от мессенджеров и email). Мониторинг репутации в соцмедиа. | ЛР |
| | | 4.3 | Электронный маркетинг: email-рассылки и CRM | Виды рассылок (транзакционные, информационные, промо, триггерные). Составление эффективного письма: тема, преheader, структура, СТА. Сегментация базы и персонализация. Инструменты рассылок (Unisender, SendPulse, Mailchimp). Интеграция с CRM-системами (Bitrix24, amoCRM) для автоматизации коммуникаций. Метрики: открываемость, кликабельность, отписки. Юридические требования (согласие, кнопка отписки). | ЛР |

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины | Наименование темы | | Содержание темы | Вид учебной работы* |
|---------------|---------------------------------|-------------------|------------------------------------|---|---------------------|
| | | 4.4 | Анализ цифрового следа и репутации | Понятие цифрового следа (активного и пассивного). Инструменты мониторинга: сервисы поиска по соцсетям (Brand24, YouScan), Google Alerts. Анализ тональности и объема упоминаний. Выявление фейковых аккаунтов и негативных кампаний. Стратегии исправления нежелательной информации (вытеснение из выдачи, работа с площадками). Регулярный аудит репутации компании и сотрудников. | ЛР |
| Раздел 5 | Подведение итогов | 5.1 | Итоговое занятие | Разбор кейсов и защита проектов | ЛР |

* - 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) |
|----------------------------|--|--|
| Компьютерный класс | Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 12 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. | |
| Семинарская | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. | |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. | |

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20144-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559993> (дата обращения: 12.04.2025).

2. Ратников, В. П. Деловые коммуникации : учебник для вузов / В. П. Ратников ; ответственный редактор В. П. Ратников. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 450 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18744-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560029> (дата обращения: 12.04.2025).

Дополнительная литература:

1. Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 459 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16959-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539466> (дата обращения: 2.04.2025).

2. Бушев, А. Б. Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности: сетевой дискурс / А. Б. Бушев. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 176 с. — ISBN 978-5-507-45388-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/302774> (дата обращения: 2.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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 <https://mega.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
- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Цифровые деловые коммуникации».

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

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Доцент

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Директор департамента

Должность

РАЗРАБОТЧИКИ

Доцент

Должность

Харламова М.Д.

Фамилия И.О

Савенкова Е.В.

Фамилия И.О

Ледащева Т.Н.

Фамилия И.О