

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2024 12:35:27

Уникальный программный ключ:

ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

(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):**

### **ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Менеджмент цифровых коммуникаций» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 5 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. 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;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
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	<p>ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере 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.;</p> <p>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;</p> <p>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.;</p>

### 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	<p>Основы менеджмента;</p> <p>Основы теории коммуникации;</p> <p>Социология;</p> <p>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;</p> <p>Основы интегрированных коммуникаций в PR;</p>	Преддипломная практика;
ПК-1	Способен участвовать в реализации	1-я производственная практика; Введение в специальность;	2-я производственная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>История рекламы и связей с общественностью;            Основы менеджмента;            Компьютерные технологии в дизайне рекламы;            Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;            Основы интегрированных коммуникаций в PR;  <i>PR в современном мире**;</i>  <i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**;</i>  <i>Разработка рекламной идеи**;</i>  <i>Реклама в современном мире**;</i>  <i>Креативные коммуникации**;</i>  <i>Современные технологии презентации**;</i>  <i>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**;</i>  <i>Актуальные аспекты PR-деятельности**;</i>  <i>Основы разработки PR-проектов**;</i>  <i>Введение в журналистику**;</i>  <i>Креатив в дизайне**;</i>  <i>Практические аспекты в рекламе**;</i></p>	<p>Преддипломная практика;            Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;            Информационные технологии в рекламе и PR;            Теория и практика массовой информации;            Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;            Основы брендинга;            Омниканальный маркетинг;            Креативные технологии в цифровой среде;            Управление лояльностью;            Основы продвижения на маркет-плейсах;  <i>Копирайтинг в рекламе**;</i>  <i>Копирайтинг в PR**;</i>  <i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i>  <i>Тренды в медиапотреблении**;</i>  <i>Теория и практика PR-кампаний**;</i>  <i>Out-of-home реклама**;</i>  <i>Управление коммуникационными проектами**;</i>  <i>Разработка Digital-проекта**;</i>  <i>Теория и практика рекламных кампаний**;</i>  <i>Менеджмент рекламного агентства**;</i>            Медиапланирование;  <i>Управление кризисами**;</i>  <i>Контент-маркетинг**;</i>  <i>Анализ данных и искусственный интеллект**;</i>  <i>Мобильный маркетинг**;</i></p>
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>Основы маркетинга;            Компьютерные технологии в дизайне рекламы;            Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;            Основы интегрированных коммуникаций в PR;            1-я производственная практика;</p>	<p>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;            Информационные технологии в рекламе и PR;            Маркетинговые исследования;            Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;            Основы брендинга;            Омниканальный маркетинг;            Креативные технологии в цифровой среде;</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			Управление лояльностью; Основы продвижения на маркет-плейсах; <i>Современные стратегии и тактики продвижения**;</i> <i>Копирайтинг в рекламе**;</i> <i>Копирайтинг в PR**;</i> <i>Эффективность коммуникационных кампаний**;</i> <i>Innovation Marketing**;</i> <i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;</i> <i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</i> <i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i> International Marketing Communications; <i>Коммуникационный дизайн**;</i> <i>Социальный брендинг**;</i> Медиапланирование; <i>Медиаэкономика**;</i> <i>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;</i> <i>Методы коммуникационных исследований**;</i> <i>Performance-маркетинг**;</i> 2-я производственная практика; Преддипломная 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	Основы дизайна; Основы менеджмента; Основы маркетинга; Социология; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; <i>Практика мультимедийного контента**;</i> <i>Продакт плейсмент**;</i> <i>Знаковые системы в дизайне**;</i> <i>Индустрия маркетинговых услуг**;</i> <i>Практика социальной рекламы**;</i> 1-я производственная практика; <i>Практика цифровых коммуникаций**;</i> <i>Методы воздействия в массовых коммуникациях**;</i> <i>Литературное редактирование медиатекстов**;</i>	2-я производственная практика; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Информационные технологии в рекламе и PR; Теория и практика массовой информации; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Основы брендинга; Омниканальный маркетинг; Креативные технологии в цифровой среде; Управление лояльностью; Основы продвижения на маркет-плейсах; Преддипломная практика; Медиапланирование;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>История кинематографа**;</i>  <i>Развитие креативного мышления**;</i>  <i>Имидж территорий**;</i>  <i>Бизнес-этикет**;</i>  <i>Практика медиакоммуникаций**;</i>  <i>Разработка коммуникационного проекта**;</i>  <i>Технологии создания рекламного образа**;</i>  <i>Введение в коучинг**;</i>  <i>Основы работы с общественным мнением**;</i>  <i>Введение в психологию коммуникаций**;</i>  <i>Тренды медиадизайна**;</i>  <i>Стереотипы и архетипы в коммуникациях**;</i>  <i>Введение в политические коммуникации**;</i>  <i>PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**;</i>  <i>Сторителлинг**;</i>  <i>Современная инфографика**;</i>  <i>Учебная практика;</i></p>	

\* - 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 очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			5
<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>	92		92
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

## 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 – 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	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; 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. 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. Стрэналюк 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. Стрэналюк. - 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.com/locate/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:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Осмоловская Анна Васильевна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	---

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	---

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	---