

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 20.09.2022 11:57:24

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«14» апреля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.02.02 «РАЗВИТИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ПРОЕКТОВ»

(элективная дисциплина)

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»


Форма обучения:

очная

Москва – 2022

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«01» марта 2022 г.


(подпись)

/А.Н. Толкачев /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1015 от 13.08.2020г.

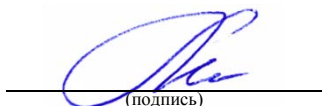
СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 8 от «04» марта 2022 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков в области цифровых коммуникаций и новых медиа, в разработке стратегий продвижения продуктов и услуг в цифровом формате, применение современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения в цифровом медиапространстве, маркетинговых инструментов диджитал коммуникации.

Задачи:

- рассмотрение особенностей развития и продвижения цифровых проектов;
- формирование навыков разработки стратегий продвижения;
- формирование умений интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций;
- формирование умений анализировать результаты продвижения на основе полученных данных;
- формирование навыков контроля и оценки эффективности результатов продвижения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 6 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1 - осуществление управленческой деятельности и руководство бизнес-процессами организации;

ПК-4 - способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

| Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения |
|--|---|--|
| ПК-1 Осуществление управленческой деятельности и руководство | ПК-1.5. Применение знаний, навыков, практических инструментов и | Знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов Умеет: применять знания, навыки, |

| | | |
|--|--|---|
| бизнес-процессами организации | техник при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов | практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов Владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов |
| ПК-4 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | ПК-4.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое программное обеспечение | Знает: современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности Умеет: отбирать современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности Владеет: навыком отбора и применения современного программного обеспечения необходимого для осуществления профессиональной деятельности |
| | ПК-4.2. Эффективно применяет современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта | Знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта Умеет: применять современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта Владеет: навыком применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта |

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Развитие и продвижение цифровых проектов» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

| Вид учебной работы | Всего число часов и (или) зачетных единиц |
|---------------------------|---|
| Аудиторные занятия | 54 |
| <i>в том числе:</i> | |

| Вид учебной работы | Всего число часов и (или) зачетных единиц |
|--|---|
| Лекции | 18 |
| Практические занятия | 36 |
| Лабораторные работы | - |
| Самостоятельная работа | 27 |
| <i>в том числе:</i> | |
| часы на выполнение КР / КП | - |
| Промежуточная аттестация: | |
| Вид | Экзамен – 6 семестр |
| Трудоемкость (час.) | 27 |
| Общая трудоемкость з.е. / часов | 3 з.е. / 108 час. |

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Темы дисциплины | | Количество часов | | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|------------------|----------------------|---------------------|------------------------------------|
| № | Наименование | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | Самост. работа (в т.ч. КР / КП) |
| | | | | | |
| 2 | Продвижение цифровых проектов | 6 | 12 | - | 9 |
| 3 | Цифровые коммуникации и новые медиа | 6 | 12 | - | 9 |
| Итого (часов) | | 18 | 36 | - | 27 |
| Форма контроля: | | <i>экзамен</i> | | | 27 |
| Всего по дисциплине: | | 108 / 3 з.е. | | | |

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Цифровые коммуникации и их развитие

Цифровые каналы и инструменты цифровых коммуникаций. Интерактивные каналы коммуникации взаимоотношений потребителя и бренда. Мессенджеры в качестве способов создания, развития и продвижения имиджа и бренда товаров и услуг. Новые СМИ или новые медиа – новые формы взаимодействия производителей контента с потребителями на основе компьютерных, цифровых и сетевых коммуникаций. Новые медиа – новая модель коммуникации и способ общения: интерактивность, мультимедийность. Современные технологии рекламы, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение в цифровом медиaprостранстве.

Тема 2. Продвижение цифровых проектов

Понятие, цели и преимущества цифрового продвижения. Digital маркетинг как комплексное продвижение товаров, услуг или бренда компании с помощью цифровых инструментов, каналов и сервисов. Персонализированный подход к клиенту.

Маркетинговые каналы диджитал коммуникаций: компьютеры и планшеты, смартфоны, умные гаджеты, веб сайты и блоги, социальные сети, видеохостинги, POS – терминалы, видеокамеры, локальные сети, цифровое телевидение, интерактивные экраны, игровые консоли/приставки, терминалы самообслуживания, QR коды в рекламных плакатах и журналах.

Маркетинговые инструменты диджитал коммуникаций (интерактивная реклама): New media, «media +», E-mail почта, прямой маркетинг, баннерная реклама, медийная реклама, контекстная реклама, таргетированная реклама, нативная реклама, вирусная реклама и партизанская реклама, контент-маркетинг – SMM, реклама в социальных сетях, SEO (продвижение сайта в поисковых системах), телевизионная реклама, реклама на радио, Digital Art, SMS-рассылка, реклама в приложениях, рекламные окна, сайт компании.

Тренды на рынке диджитал коммуникаций: контент-маркетинг, Email-маркетинг (микротаргетинг и гиперсегментация), интерактивный контент (Приложения Instagram, Periscope, Snapchat и Vine), социальные сети, Интернет вещей, Big Data (работа с большими данными - персонализированные покупательские предложения), нативная реклама.

Аналитика сайта: сбор, анализ статистики по посетителям, целевая аудитория, контент, конкуренты, поисковый анализ сайта и др.

Тема 3. Цифровые коммуникации и новые медиа

Разработка стратегии (выбор каналов и способов, создание планконтента и медиаплана). Стратегический digital маркетинг: составление стратегии по продвижению: SMM, инструменты аналитики, сервисы анализа целевой аудитории и конкурентов и др. Этапы разработки стратегии. Построение системы цифровых коммуникаций в компании.

Базы данных и онлайн-CRM – эффективные инструменты цифровых коммуникаций.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=686507
2. Шевченко, Д. А. Создание коммерческого предложения : учебник : [1+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 166 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=686479

3. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 163 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=598669
4. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=491717
5. Мартиросян, К. В. Интернет-технологии : учебное пособие / К. В. Мартиросян, В. В. Мишин ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2015. – 106 с.
Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457443>

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me

7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <https://e-pepper.ru/> - журнал об электронной коммерции
10. <https://techcrunch.com/> - интернет-издание о стартапах, интернет-бизнесе, инновациях и веб-сайтах
11. <https://rb.ru/> - независимое издание о технологиях и бизнесе, организатор мероприятий и создатель сервисов для предпринимателей, инвесторов и корпораций
12. <https://adindex.ru/> - новости рекламы и маркетинга

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 424

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 404

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, выполнение творческих работ. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности. Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, стиля, своих взглядов.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с рекомендованной учебной и иллюстративной литературой.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

1 – организационный;

2 - закрепление и углубление теоретических и практических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на занятиях обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна.

В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные задачи рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, пытаются применить эти знания при выполнении творческих работ, серий эскизов. В процессе обсуждения

ошибок и удачных вариантов разработанных серий эскизов, вырабатывается уверенность в умении правильно использовать приобретенные знания для решения практических задач.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.В.ДЭ.02.02 «РАЗВИТИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ПРОЕКТОВ»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн
(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

Форма обучения:

очная

Москва – 2022

Результаты обучения по дисциплине

| Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения |
|---|--|--|
| <p>ПК-1 Осуществление управленческой деятельности и руководство бизнес-процессами организации</p> | <p>ПК-1.5. Применение знаний, навыков, практических инструментов и техник при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов</p> | <p>Знает: практические инструменты и техники, необходимые для достижения требований проекта и запланированных результатов Умеет: применять знания, навыки, практические инструменты и техники при выполнении проектной деятельности для достижения требований проекта и запланированных результатов Владеет: навыком применения, при выполнении проектной деятельности, практических инструментов и техник, необходимых для достижения требований проекта и запланированных результатов</p> |
| <p>ПК-4 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> | <p>ПК-4.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое программное обеспечение</p> | <p>Знает: современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности Умеет: отбирать современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности Владеет: навыком отбора и применения современного программного обеспечения необходимого для осуществления профессиональной деятельности</p> |
| | <p>ПК-4.2. Эффективно применяет современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> | <p>Знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта Умеет: применять современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта Владеет: навыком применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> |

Показатели оценивания результатов обучения

| Шкала оценивания | | | |
|---------------------|-------------------|--------|---------|
| неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично |

| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>Не знает: современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности</p> <p>Не умеет: отбирать современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности</p> <p>Не владеет: навыком отбора и применения современного программного обеспечения необходимого для осуществления профессиональной деятельности</p> | <p>В целом знает: современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: отбирать современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком отбора и применения современного программного обеспечения необходимого для осуществления профессиональной деятельности, но часто испытывает затруднения</p> | <p>Знает: современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: отбирать современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком отбора и применения современного программного обеспечения необходимого для осуществления профессиональной деятельности, но иногда испытывает затруднения</p> | <p>Знает: современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности</p> <p>Умеет: отбирать современное программное обеспечение необходимое для осуществления профессиональной деятельности</p> <p>Владеет: навыком применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов</p> |
| <p>Не знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> <p>Не умеет: применять современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> <p>Не владеет: навыком применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> | <p>В целом знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: применять современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта, но часто испытывает</p> | <p>Знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: применять современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта, но иногда испытывает затруднения</p> | <p>Знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> <p>Умеет: применять современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> <p>Владеет: навыком применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> |

| | | | |
|--|-------------|--|--|
| | затруднения | | |
|--|-------------|--|--|

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример заданий контрольной работы:

1. Выполнить статистический анализ рекламы (иллюстрированных постов) в социальных сетях и других каналах коммуникации.
2. Провести анализ каналов и форм цифровых коммуникаций.
3. Способы применения мессенджеров мобильных устройств WhatsApp, Viber, Skype, Telegram, Facebook Messenger в создании, развитии и продвижении имиджа и бренда товаров и услуг.
4. Чат-боты, их применение с целью повышения клиентской лояльности.
5. Продвижение Института Бизнеса и дизайна: выбор каналов, интерактивный контент и др.
6. Подготовка интерактивного контента рекламы.
7. Планирование рекламной кампании.
8. Разработка стратегии продвижения продукта в цифровом медиапространстве.
9. Построение системы цифровых коммуникаций в компании.
10. Разработка стратегии (выбор каналов и способов, создание планконтента и медиаплана).

Оценка за контрольную работу проводится матричным методом:

| Критерии оценки | БАЛЛЫ |
|-----------------------------|--------------|
| Ясность, четкость изложения | 0-5 баллов |
| Аргументированность выводов | 0-5 баллов |
| Креативность подходов | 0-5 баллов |
| Качество выполнения заданий | 0-5 баллов |
| Итоговая оценка | 0-20 баллов |

Оценка за контрольную работу формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 16 - 20 баллов;
- оценка «хорошо» - 11 - 15 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 6 - 10 баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - 0 - 5 баллов.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Новые СМИ или новые медиа: понятие, определение, практическая значимость.
2. Отличие цифровых каналов коммуникации от традиционных.
3. Цифровые каналы коммуникации: Интернет, мобильный маркетинг, интерактивное телевидение.

4. Инструменты цифровых коммуникаций.
5. Мессенджеры как цифровой бизнес-инструмент.
6. Мессенджеры в рекламе и связях с общественностью.
7. Мессенджеры мобильных устройств: WhatsApp, Viber, Skype, Telegram, Facebook Messenger.
8. Чат-боты: назначение, функции, практическая значимость.
9. Современные технологии рекламы и связей с общественностью.
10. Виды цифровой рекламы, их преимущества и недостатки, способы применения для продвижения товаров и услуг, осуществления PR-деятельности.
11. Мобильная реклама: назначение, практические примеры.
12. Форматы мобильной рекламы.
13. Форматы интерактивной рекламы.
14. Геоконтекстная реклама: назначение, примеры.
15. Медийная реклама: назначение, примеры.
16. Таргетированная реклама: назначение, примеры.
17. Баннерная реклама: назначение, примеры.
18. Контекстная реклама: назначение, примеры.
19. Контент-маркетинг: назначение, примеры.
20. SMM-реклама в социальных сетях (социальные медиа).
21. Реклама в социальных сетях: назначение, примеры.
22. Интернет-сервисы рекламы: Яндекс.Директ, Бегун.
23. Веб сайты: аналитика, технологии продвижения.
24. Поисковая оптимизация (SEO).
25. Счетчики сайтов, их назначение.
26. Системы управления контентом (CMS).
27. Яндекс.Метрика и Google Analytics для анализа рекламы и рекламной кампании.
28. Цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение в цифровом медиапространстве.
29. Digital маркетинг: определение, сущность, практическая значимость.
30. Маркетинговые каналы диджитал коммуникаций.
31. Маркетинговые инструменты диджитал коммуникаций.
32. Маркетинг в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Twitter и др.
33. Тренды на рынке диджитал коммуникаций.
34. Основные функции цифровых коммуникаций предприятий.
35. Построение системы цифровых коммуникаций и новых медиа в компании: разработка стратегии.
36. Планирование рекламных кампаний.
37. Базы данных и онлайн-CRM.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

| 4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой) | Двух- балльная шкала (зачет) | Показатели | Критерии |
|--|---|-------------------|-----------------|
|--|---|-------------------|-----------------|

| | | | |
|---------------------|------------|--|---|
| Отлично | зачтено | 1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания. | глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы |
| Хорошо | | 2. Аргументированность выводов. | глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки |
| Удовлетворительно | | 3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость. | знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя |
| Неудовлетворительно | Не зачтено | | существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя |

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 8 от 04.03.2022 г.).