

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:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

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.).