

Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет информационных, библиотечных и музейных технологий
Кафедра технологии документальных и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины

Цифровые технологии в медиа

Направление подготовки

Направление подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль)

Медиаменеджмент

Квалификация (степень) выпускника

магистр

Форма обучения

заочная

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (3++) по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, направленность (профиль) Медиаменеджмент, квалификация (степень) выпускника «магистр».

Утверждена на заседании кафедры Технологии документальных коммуникаций 24.05.2022 г., протокол № 10 и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная информационно-образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.2020.kemguki.ru/>

Переутверждена на заседании кафедры Технологии документальных и медиакоммуникаций 28.02.2023 г., протокол № 6 и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная информационно-образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.2020.kemguki.ru/>

Переутверждена на заседании кафедры Технологии документальных и медиакоммуникаций 24.05.2024 г., протокол № 6 и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная информационно-образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.2020.kemguki.ru/>

Тараненко, Л.Г. Цифровые технологии в медиа: рабочая программа дисциплины по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, направленность (профиль) Медиаменеджмент, квалификация (степень) выпускника «магистр» / Л.Г. Тараненко. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2022. – 20 с.

*Автор -
доктор пед. наук,
профессор Л. Г. Тараненко*

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины «Цифровые технологии в медиа» формирование системных компетенций в отношении цифровой трансформации, взаимодействия участников процесса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Курс принадлежит к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений по направлению «Медиакоммуникации». Курс имеет тесные межпредметные связи с дисциплинами «Медiateхнологии», «Мастер класс по веб-проектированию», «Информационная безопасность и защита информации».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
	знать	уметь	владеть
ПК-1 – Способен использовать профессионально методы создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакоммуникаций	цифровые сервисы и программные продукты для создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакоммуникаций	обрабатывать информацию различных видов при помощи цифровых сервисов и программных продуктов; использовать цифровые сервисы и программные продукты для создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакоммуникаций	технологией работы с цифровыми сервисами и программными продуктами, предназначенными для создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакоммуникаций

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа.

В дисциплине предусмотрено 12 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися (6 часов лекций; практических – 6 часов. 2 часа (17 %) аудиторных занятий реализуется с использованием интерактивных форм.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины (модуля) организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанной с будущей профессиональной деятельностью

4.2. Структура дисциплины при заочной форме обучения

№/ п	Наименование модулей, разделов и тем	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)				
		Всего	Лекции*	Семин. / практ.	В т. ч. в интерактивной форме**	СРС
1	2	3	4	5	6	7
Раздел 1. Цифровизация медиапространства						
1.	Тема 1. Цифровизация общества.	15	2* ¹		Лекция-дискуссия	13
2	Тема 2. Цифровая культура и понимание новых медиа.	12			Обсуждение результатов работы в группе. Дистанционные формы.	12
3	Тема 3 Цифровые коммуникации и новые медиа.	14		2	Обсуждение результатов работы в группе. Дистанционные формы.	12
Раздел 2. Теоретические и технологические основы digital-стратегий						
4	Тема 4 Digital-- трансформация креативных культур.	14	2*		Мозговой штурм	12
5	Тема 5 Технологии и инструменты digital-стратегий.	14		2	Обсуждение результатов работы в группе. Дистанционные формы.	12
6	Тема 6 Digital - маркетинг: каналы и инструменты.	14	2		Обсуждение результатов работы в группе. Дистанционные формы.	12
7	Тема 7.Цифровые коммуникации и новые медиа организации.	16		2	Обсуждение в группе результатов.	14
	ИТОГО	108	6	6	экзамен 9**	87

4.3. Содержание дисциплины

Содержание дисциплины	Результаты обучения	Формы текущего контроля, промежуточной аттестации. Виды оценочных средств
Раздел 1. Цифровизация медиапространства		
Тема 1. Цифровизация общества. Понятие цифровизации и цифровой	Формируемые компетенции: ПК -1 знать:	Контроль выполнения самостоятельных заданий

¹ Интерактивные формы

<p>трансформации как многоаспектного явления на национальном и международном уровне. Влияние цифровизации на различные сферы общества. Проблематика цифрового взаимодействия и влияние на развитие общества в целом. Форматы цифрового взаимодействия: LegalTech, BigData, блокчейн, цифровые сделки. Цифровизация. Цифровые технологии. Аппаратное и программное обеспечение цифровых технологий. Правовые вопросы использования ресурсов сети Интернет. Виды лицензий ресурсов сети Интернет. Авторское и имущественные права разработчиков сетевого контента. Виды лицензий ресурсов сети Интернет. Технологии искусственного интеллекта. Виртуализация образовательного процесса. Технологии виртуальной и дополненной реальности.</p>	<p>цифровые сервисы и программные продукты для создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций</p> <p>уметь: обрабатывать информацию различных видов при помощи цифровых сервисов и программных продуктов; использовать цифровые сервисы и программные продукты для создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций</p> <p>владеть: технологией работы с цифровыми сервисами и программными продуктами, предназначенными для создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций</p>	
<p>Тема 2. Цифровая культура и понимание новых медиа. Социокультурные изменения, связанные с распространением цифровых технологий и сетевых коммуникаций. История цифровой культуры (Дж. Стерн). Артефакты цифровой культуры. Технологический детерминизм и социальное измерение технологий. Смена парадигмы "традиционные средства массовой информации" - "новые медиа". Коммуникация и культура. Экономические основания развития новых медиа. Медиа как культурная индустрия. Цифра» в аудиовизуальной индустрии.</p>		<p>Контроль выполнения семинарских заданий</p>
<p>Тема 3 Цифровые коммуникации и новые медиа. Цифровые каналы и инструменты цифровых коммуникаций. Интерактивные каналы коммуникации взаимоотношений потребителя и бренда. Мессенджеры в качестве способов создания, развития и</p>		<p>Контроль выполнения семинарских заданий. Контроль выполнения самостоятельных заданий</p>

<p>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 и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение в цифровом медиaprостранстве.</p>		
<p align="center">Раздел 2. Теоретические и технологические основы digital-стратегий</p>		
<p>Тема 4 Digital--трансформация креативных культур. Digital-стратегии: проблемы и вызовы. Правовой, политический и экономический аспекты Digital-стратегии в России: карта цифровизации. Медиаэкология, медиаобразование, медиаграмотность в цифровую эпоху.</p>	<p>Формируемые компетенции: ПК -1 знать: цифровые сервисы и программные продукты для создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций уметь:</p>	<p>Контроль выполнения семинарских заданий Контроль выполнения самостоятельных заданий</p>
<p>Тема 5 Технологии и инструменты digital-стратегий. Диджитал-маркетинг: каналы и инструменты 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.</p>	<p>обрабатывать информацию различных видов при помощи цифровых сервисов и программных продуктов; использовать цифровые сервисы и программные продукты для создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций владеть:</p>	
<p>Тема 6 Digital -маркетинг: каналы и инструменты. 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</p>	<p>технологией работы с цифровыми сервисами и программными продуктами, предназначенными для создания и обработки медиапродуктов различных форм и жанров с целью их публичного распространения средствами медиакommunikаций.</p>	<p>Еженедельный контроль выполнения практических заданий</p>

<p>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, контентмаркетинг – 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, 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.</p>		
<p>Тема 7 Цифровые коммуникации и новые медиа организации. 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.</p>		<p>Еженедельный контроль выполнения практических заданий</p>

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

5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1. Образовательные технологии

Дисциплина «Цифровые технологии в медиа» носит практикоориентированный характер. Основной акцент делается на лекционных и практических занятиях, в ходе которых активно используются *телекоммуникационные технологии, сетевые информационные ресурсы*.

Применяются следующие виды диагностики: проверка выполненных практических и самостоятельных работ, тестовый (включая компьютерное тестирование) контроль, устный опрос, публичное представление доклада-презентации, экзамен.

5.2. Информационно-коммуникационные технологии

Учебный процесс по дисциплине осуществляется на основе использования средств информационно-коммуникационных технологий, электронных образовательных ресурсов, в т. ч. размещенных в электронной образовательной среде КемГИК (<http://edu.kemguki.ru>); использование интерактивных инструментов: заданий по самостоятельной работе, тестов, творческих заданий, др.

Все лекции сопровождаются мультимедийными презентациями. Практические занятия проводятся на базе «Электронной образовательной среды КемГИК», их результаты представляются на проверку дистанционно – посредством телекоммуникационных технологий. Ресурсную базу выполнения практических и ситуационных заданий составляют ресурсы интернет (сайты СМИ, корпоративные порталы, полнотекстовые базы данных).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СРС обучающихся

Для магистрантов всех форм обучения:

1. Учебно-методические материалы по курсу «Цифровые технологии в медиа» в разделе «Учебно-методические ресурсы» электронного учебно-методического комплекса дисциплины, размещенного в «ЭОС КемГИК».

2. Список рекомендуемой литературы и презентация учебных изданий, имеющих в электронных библиотечных системах (ЭБС) в разделе «Учебно-библиографические ресурсы» электронного учебно-методического комплекса дисциплины, размещенного в «ЭОС КемГИК».

3. Задания для самостоятельной работы в разделе «Средства диагностики и контроля» электронного учебно-методического комплекса дисциплины, размещенного в «ЭОС КемГИК».

Учебно-методическое обеспечение для СРС обучающихся отражено в «Электронной образовательной среде КемГИК» в разделах *Организационные ресурсы, Учебно-программные ресурсы, Комплексные учебные ресурсы, Учебно-теоретические ресурсы, Учебно-практические ресурсы, Учебно-методические ресурсы, Учебно-наглядные ресурсы, Учебно-библиографические ресурсы; Фонд оценочных средств*.

6.2. Методические указания для обучающихся по организации СР

Самостоятельная работа студента является основой вузовского образования. Она формирует готовность к самообразованию, закладывает основы непрерывного образования и повышения квалификации, способствует формированию креативной, творческой личности будущего специалиста. Самостоятельная работа по дисциплине призвана обеспечить прочное и глубокое освоение курса, формированию и развитию медиасреды. Используются 2 вида самостоятельной работы студентов под контролем преподавателя: самостоятельная работа на лекциях и в процессе проведения практических занятий и самостоятельная работа вне учебных занятий (в том числе выполнение индивидуальных домашних заданий). Обучающиеся выполняют самостоятельную работу разных уровней: от репродуктивного, реконструктивного до творческого.

Самостоятельная работа по дисциплине связана с осуществлением таких целей, как:

- формирование способностей трансформировать, осуществлять перенос исторических знаний и применять их при анализе современных проблем;
- формирование и развитие умений самостоятельно работать с учебной литературой (овладение приемами схематизации и свертывания информации, заполнение таблиц, составление кластеров и т.д.), с профессиональными Интернет-ресурсами;
- развитие познавательных способностей обучающихся, их преобразующей деятельности;
- овладение профессиональной терминологией;
- освоение оценивающей деятельности (развитие способностей к самостоятельному анализу, объяснению и оцениванию исторических фактов и явлений и т.д.);
- формирование умений публичного выступления, участия в дискуссии и диспуте.

Под руководством преподавателя осуществляется подготовка к интерактивным формам учебных занятий (выступления на семинарах, участие в ситуативных играх), подготовка к тестированию, зачету, выполнение творческих исследовательских заданий.

6.3. Организация самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов (СРС) является обязательным видом учебной работы по дисциплине, выполняется в соответствии с выданным преподавателем заданием и в отведенные сроки.

Темы для самостоятельной работы студентов	Количество во часов	Виды и содержание самостоятельной работы студентов
	для заочной формы обучения	
Раздел 1. Цифровизация медиaprостранства		
Тема 1. Цифровизация общества.	13	Подготовка к лекции-дискуссии
Тема 2. Цифровая культура и понимание новых медиа.	12	Обсуждение результатов
Тема 3 Цифровые коммуникации и новые медиа.	12	Обсуждение результатов
Раздел 2. Теоретические и технологические основы digital-стратегий		
Тема 4 Digital--трансформация креативных культур.	12	Обсуждение результатов
Тема 5 Технологии и инструменты digital- стратегий.	12	Обсуждение результатов
Тема 6 Digital -маркетинг: каналы и инструменты.	12	Подготовка к публичному представлению результатов исследования
Тема 7.Цифровые коммуникации и новые медиа организации.	14	Подготовка к публичному представлению результатов исследования

7. Фонд оценочных средств

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде (<https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=3597>).

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Сулейманов, М. Д. Цифровая грамотность=Digital literacy : учебник : [16+] / М. Д. Сулейманов, Н. С. Бардыго. – Москва : Креативная экономика, 2019. – 324 с. : ил. – Режим доступа: по

подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599644> (дата обращения: 04.06.2023). – Библиогр.: с. 300 - 304. – ISBN 978-5-91292-273-2. – DOI 10.18334/9785912922732. – Текст : электронный.

1. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 04.06.2023). – Библиогр.: с. 174. – ISBN 978-5-4499-3059-0. – Текст : электронный.

8.2. Дополнительная литература

2. Барнаган, В. С. Менеджмент и цифровые трансформации : учебное пособие : [16+] / В. С. Барнаган ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022. – 172 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700206> (дата обращения: 04.06.2023). – Текст : электронный
3. Белоконова, С. С. Web-технологии в профессиональной деятельности учителя : учебное пособие : [12+] / С. С. Белоконова, В. В. Назарова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572465> (дата обращения: 04.06.2023). – Текст : электронный.
4. Гнездилова, Е.В. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / Е. В. Гнездилова; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). – Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2019 – 129 с.
5. Лемешко, Т.Б. Информационные технологии в профессиональной деятельности / Т. Б. Лемешко; Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). – Москва, 2018 – 102 с.
6. Мамонова, Т. Е. Информационные технологии. Лабораторный практикум : учебное пособие для вузов / Т. Е. Мамонова. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 176 с.
7. Советов, Б. Я. Информационные технологии : учебник для вузов / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 327 с.
8. Федотова, В. С. Цифровые инструменты и сервисы в работе учителя : учебное пособие : [16+] / В. С. Федотова ; Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина. – Санкт-Петербург : Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, 2020. – 220 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611279> (дата обращения: 04.06.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8290-1896-2. – Текст : электронный.
9. Чернова, Е. В. Информационная безопасность человека : учебное пособие для вузов /Е. В. Чернова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 243 с. – (Высшее образование).

8.3. Электронные ресурсы

<https://digital.gov.ru/ru/ministry/common/> Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ

<https://mediametrics.ru/regionstop/> MediaMetrics

<https://pressindex.ru/monitoring/media> ПрессИндекс

<https://infoselection.ru/infokatalog/novosti-smi/smi> Инфохаб "Selection"

<https://integrum.ru/monitoring-smi> Интегрум

<https://wciom.ru/> "Всероссийский центр изучения общественного мнения" (ВЦИОМ)

<http://www.nlr.ru:8101/res/inv/ic/standards.htm> – Российская национальная библиотека

<http://www.vptb.ru> – Всероссийская патентно-техническая библиотека

<http://www.vniiki.ru> – Всероссийский научно-исследовательский институт классификации, терминологии и информации по стандартизации и качеству (ВНИИКИ)

<https://www.elibrary.ru/defaultx.asp> электронная научная библиотека -
<http://www.humanities.edu.ru> портал «Гуманитарное образование»
<http://www.edu.ru> Федеральный портал «Российское образование»
<http://www.consultant.ru> – «КонсультантПлюс» (АО «Консультант Плюс»))

8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы

Программное обеспечение

лицензионное программное обеспечение:

- Операционная система – MS Windows (10, 8,7, XP)
- Офисный пакет – Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)
- Антивирус - Kaspersky Endpoint Security для Windows

свободное программное обеспечение:

- Офисный пакет – LibreOffice
- Браузер - Mozilla Firefox (Internet Explorer)

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для организации данного курса необходимо:

- оборудование рабочих мест всех студентов и преподавателя современными ПК;
- наличие актуальной операционной системы;
- обеспечение возможностями работы со всех рабочих мест интернетом;
- оптимальная скорость интернета;
- оборудование рабочего места преподавателя видеопроектором с экраном.

10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается:

- адаптированная образовательная программа;
- индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья;
- применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

- для лиц с нарушением зрения предлагаются задания с укрупненным шрифтом;
- для лиц с нарушением слуха оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный;
- для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата формы оценочных средств заменяются на письменные или устные с исключением двигательной активности.

При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания.

При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

11. Перечень ключевых слов

"новые медиа".

"традиционные средства массовой информации"
«media +»

Big Data (работа с большими данными)

Digital

- Digital Art

Digital-стратегии

- технологии и инструменты

digita-маркетинг
 Email маркетинг
 E-mail почта
 LegalTech
 New media,
 POS терминалы
 QR коды в рекламных плакатах и журналах
 SEO (продвижение сайта в поисковых системах)
 SMM
 SMS-рассылка
 анализ статистики по посетителям
 аналитика сайта
 артефакты
 аудитория целевая
 базы данных
 блоги
 блокчейн
 бренд

- товаров и услуг

веб сайты
 взаимодействие цифровое
 видеокамеры
 видеохостинги
 виды лицензий ресурсов
 виртуализация образовательного процесса
 выбор каналов и способов
 гаджеты умные
 гиперсегментация
 детерминизм технологический
 диджитал коммуникаций
 игровые консоли/приставки
 индустрия

- аудиовизуальная
- культурная

инструменты

- аналитики
- цифровые
- цифровых коммуникаций

интерактивность
 интерактивные экраны
 Интернет

- Интернет вещей

история цифровой культуры
 каналы

- интерактивные

- цифровые

карта цифровизации
 клиент

- персонализированный подход

коммуникации

- компьютерные
- сетевые
- цифровые

компьютеры
 конкуренты
 контекстная реклама
 контент

- интерактивный
- контент маркетинг – SMM,
- контент-маркетинг

культура

- креативная
- цифровая

маркетинг

- продвижение товаров, услуг или бренда компании
- прямой

медиа

- медиа новые

медиаграмотность
 медиаобразование
 медиаплан
 медиапространство цифровое
 медиаэкология
 мессенджеры
 микротаргетинг
 модель коммуникации
 мультимедийность
 новые СМИ
 обеспечение

- аппаратное
- программное

общение способы
 онлайн-CRM
 планконтент
 планшеты
 поисковый анализ сайта
 построение системы цифровых коммуникаций в компании
 потребители
 права авторские и имущественные
 правовые вопросы использования ресурсов
 предложения покупательские

продвижение

- имидж
- цифровое

производители контента

разработка стратегии

разработчики сетевого контента

реклама

- баннерная
- в приложениях
- в социальных сетях
- вирусная
- интерактивная
- медийная
- на радио
- нативная
- партизанская
- таргетированная
- телевизионная

рекламные окна

рынок

сайт компании

сбор

сделки цифровые

сервисы

- анализа целевой аудитории и конкурентов

сети локальные

смартфоны

социальное измерение технологий

социальные сети

средства технические

стратегии

- по продвижению
- этапы разработки

телевидение цифровое

терминалы самообслуживания

технологии

- виртуальной и дополненной реальности
- искусственного интеллекта.
- рекламы и связей с общественностью
- цифровые

трансформация

- цифровая

тренды

форматы цифрового взаимодействия

цифра

цифровая культура

цифровизация

- общества

эпоха цифровая

Содержание

1. Цель освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем, структура и содержание дисциплины	3
4.1. Объем дисциплины	3
4.2. Структура дисциплины при заочной форме обучения	4
4.3. Содержание дисциплины	4
5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии	8
5.1. Образовательные технологии	8
5.2. Информационно-коммуникационные технологии	8
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.	8
6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СРС обучающихся	8
6.2. Методические указания для обучающихся по организации СР	8
6.3. Организация самостоятельной работы студентов	9
7. Фонд оценочных средств	9
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	9
8.1. Основная литература	9
8.2. Дополнительная литература	10
8.3. Электронные ресурсы	10
8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы	11
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	11
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	11
11. Перечень ключевых слов	11