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

Кемерово

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*

# Цель освоения дисциплины

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

# 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 «Медиатехнологии», «Мастер класс по веб-проектированию», «Информационная безопасность и защита информации».

# 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 |

# 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]](#footnote-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 Дigital--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 Дigital -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 трансформации как многоаспектного явления на  национальном и международном уровне. Влияние цифровизации на различные сферы общества. Проблематика цифрового взаимодействия и влияние на развитие общества вцелом. 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. | 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 медиакоммуникаций **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 медиакоммуникаций  **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 медиакоммуникаций | Контроль выполнения самостоятельных заданий |
| Тема 2. Цифровая культура и понимание новых медиа. Социокультурные изменения, связанные с распространением цифровых технологий  и сетевых коммуникаций. История цифровой культуры (Дж. Стерн). Артефакты цифровойкультуры. Технологический детерминизм и социальное измерение технологий.  Смена парадигмы "традиционные средства массовой информации" - "новыемедиа". Коммуникация и культура. Экономические основания развития новых медиа. Медиа как культурная индустрия.  Цифра» в аудиовизуальной  индустрии. | Контроль выполнения семинарских заданий |
| **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 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 медиапространстве. | Контроль выполнения семинарских заданий.  Контроль выполнения самостоятельных заданий |
| *Раздел 2. Теоретические и технологические основы digital-стратегий* | | |
| 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. | 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 медиакоммуникаций **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 медиакоммуникаций  **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 медиакоммуникаций. | Контроль выполнения семинарских заданий  Контроль выполнения самостоятельных заданий |
| 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. |  |
| Тема 6 Дigital -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 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. | Еженедельный контроль выполнения практических заданий |
| 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.  Базы данных и онлайн-CRM – эффективные инструменты цифровых  коммуникаций. | Еженедельный контроль выполнения практических заданий |

# 

# 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, публичного 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, имеющихся 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 занятии (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 часов** | **Виды и содержание самостоятельной работы студентов** |
| для заочной формы обучения |
| ***Раздел 1. Цифровизация медиапространства*** | | |
| 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 Дigital--трансформация креативных культур. | 12 | Обсуждение результатов |
| Тема 5 Технологии и инструменты digital-стратегий. | 12 | Обсуждение результатов |
| Тема 6 Дigital -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

1. Барнагян, В. С. Менеджмент и цифровые трансформации : учебное пособие : [16+] / В. С. Барнагян ; 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
2. 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.
3. 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.
4. 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.
5. Мамонова, Т. Е. Информационные технологии. Лабораторный практикум : учебное пособие для вузов / Т. Е. Мамонова. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 176 с.
6. 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.
7. 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.
8. 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 - Mozzila 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](#_Toc174465213)

[2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры 3](#_Toc174465214)

[3. Планируемые результаты обучения по дисциплине 3](#_Toc174465215)

[4. Объем, структура и содержание дисциплины 3](#_Toc174465216)

[4.1. Объем дисциплины 3](#_Toc174465217)

[4.2. Структура дисциплины при заочной форме обучения 4](#_Toc174465218)

[4.3. Содержание дисциплины 4](#_Toc174465219)

[5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии 8](#_Toc174465220)

[5.1. Образовательные технологии 8](#_Toc174465221)

[5.2. Информационно-коммуникационные технологии 8](#_Toc174465222)

[6.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. 8](#_Toc174465223)

[6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СРС обучающихся 8](#_Toc174465224)

[6.2. Методические указания для обучающихся по организации СР 8](#_Toc174465225)

[6.3. Организация самостоятельной работы студентов 9](#_Toc174465226)

[7. Фонд оценочных средств 9](#_Toc174465227)

[8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 9](#_Toc174465228)

[8.1. Основная литература 9](#_Toc174465229)

[8.2. Дополнительная литература 10](#_Toc174465230)

[8.3. Электронные ресурсы 10](#_Toc174465231)

[8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы 11](#_Toc174465232)

[9.Материально-техническое обеспечение дисциплины 11](#_Toc174465233)

[10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья 11](#_Toc174465234)

[11. Перечень ключевых слов 11](#_Toc174465235)

1. Интерактивные формы [↑](#footnote-ref-1)