

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой

**Кафедра маркетинга и  
международного  
администрирования**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой

**Кафедра маркетинга и  
международного  
администрирования**

наименование кафедры

**и.о. И.В. Филимоненко**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ТРЕНИНГ «ЭФФЕКТИВНЫЕ  
ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

Дисциплина Б1.В.ДВ.07.02 Тренинг «Эффективные цифровые коммуникации»

Направление подготовки / 38.03.02 Менеджмент  
специальность

Направленность  
(профиль)

Форма обучения очно-заочная

Год набора 2019

Красноярск 2021

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

---

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.03.02 Менеджмент

---

Программу  
составили

---

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Основной целью изучения дисциплины «Тренинг «Эффективные цифровые коммуникации» является формирование у студентов знаний умений и навыков организации цифровых коммуникаций с деловыми партнерами и клиентами компании, использования цифровых коммуникаций в управлении деловыми связями и репутацией бренда.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

В ходе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

- получение студентами представления о цифровых коммуникациях и их роли в управлении деловыми связями;
- получение знаний и навыков использования основных каналов цифровых коммуникаций;
- изучение основ построения системы цифровых коммуникаций компании.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

<b>ПК-12:умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</b>	
Уровень 1	возможности использования цифровых коммуникаций в управлении связями и взаимоотношениями с деловыми партнерами и клиентами компании
Уровень 1	применять современные информационные технологии для организации коммуникационного взаимодействия с деловыми партнерами и клиентами
Уровень 1	навыками использования цифровых коммуникаций для анализа и развития связей с партнерами и клиентами компании

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Тренинг «Эффективные цифровые коммуникации» входит в вариативную часть программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Изучение дисциплины базируется на знаниях, которые студенты,

получают при изучении дисциплин: «Менеджмент», «Маркетинг», «Digital-management: офисные технологии», «Digital-management: цифровые платформы», «Маркетинговые коммуникации».

Учебная дисциплина «Тренинг «Эффективные цифровые коммуникации» дает основу для последующего изучения дисциплины «Цифровые технологии продвижения», «Маркетинговые стратегии» и «Digital-маркетинг».

#### 1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=31697>

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>4 (144)</b>	<b>4 (144)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,5 (54)</b>	<b>1,5 (54)</b>
занятия лекционного типа		
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	1,5 (54)	1,5 (54)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2,5 (90)</b>	<b>2,5 (90)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт)</b>		

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Система цифровых коммуникаций компании	0	6	0	10	ПК-12
2	Социальные сети как канал цифровых коммуникаций	0	12	0	20	ПК-12
3	Мобильные коммуникации в управлении взаимоотношениями с клиентами	0	12	0	20	ПК-12
4	Цифровые коммуникации в формировании известности и репутации бренда	0	12	0	20	ПК-12
5	Стратегии продвижения в цифровых каналах	0	6	0	10	ПК-12
6	Оценка эффективности цифровых коммуникаций компании	0	6	0	10	ПК-12
Всего		0	54	0	90	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Введение в дисциплину: обсуждение и уточнение терминологии, дополнение и редактирование глоссария электронного курса (А – 1 час, О – 1 час)	1	0	0
2	1	Групповая дискуссия «Приоритеты, перспективы и ограничения развития цифровых коммуникаций» (А – 1 час, О – 1 час)	1	0	0
3	1	Сравнительная оценка коммуникационной активности компаний в интернете (поисковые системы Яндекс и Google, сервис SimilarWeb (similarweb.com), сайты компаний) (А – 2 час, О – 2 час)	2	0	0
4	1	Формирование email рассылки для разных аудиторий (партнеры и клиенты компании) с использованием возможностей сервиса UniSender (unisender.com): сбор базы, подготовка текста, настройка шаблона письма, A/B тест, настройка параметров триггерной рассылки (А – 2 час, О – 2 час)	2	0	0

5	2	Сбор информации о коммуникационной политике и аудитории региональных компаний в социальных сетях с применением парсинговых сервисов (TargetHunter и другие) (А – 2 час, О – 2 час)	2	0	0
6	2	Организация коммуникаций с целевой аудиторией региональной компании в социальных сетях: - сбор данных с применением парсинга (TargetHunter и Pepper.Ninja) - создание сообщества ВКонтакте и настройки таргетинга для привлечения подписчиков - создание бизнес-профиля в Facebook и подготовка настроек таргетинга для запуска продвижения - создание и настройка бизнес-аккаунта в Instagram, подготовка Highlights для информирования подписчиков и клиентов компании (А – 6 час, О – 6 час)	6	0	0
7	2	Создание корпоративного блога для организации информирования клиентов и консалтинга на платформе Wix (wix.com) (А – 4 час, О – 4 час)	4	0	0
8	3	Решение ситуационных задач по организации коммуникаций с клиентами с применением мобильных технологий (А – 2 час, О – 2 час)	2	0	0



9	3	<p>Организация рассылки и настройка чат-бота для организации поддержки клиентов в мессенджерах Viber, WhatsApp и Telegram Sendpulse (sendpulse.com)</p> <p>- построение алгоритма (MindMaster, MindManager)</p> <p>- настройка и тестирование чат-ботов (онлайн-сервис Sendpulse (sendpulse.com))</p> <p>- настройка рассылки (Sendpulse)</p> <p>(А – 6 час, О – 6 час)</p>	6	0	0
10	3	<p>Разработка технического задания на создание корпоративного мобильного приложения на основе анализа предложений на бирже приложений (Flippa и др.), в Google Play и AppStore</p> <p>(А – 4 час, О – 2 час)</p>	4	0	0
11	4	<p>Групповое обсуждение «Технологии VR и AR в формировании репутации бренда и потребительской лояльности»</p> <p>(А – 2 час, О – 0 час)</p>	2	0	0
12	4	<p>Сравнительная оценка корпоративных сайтов по критериям решения коммуникационных задач и поисковой оптимизации с использованием возможностей сервиса be1.ru</p> <p>(А – 2 час, О – 2 час)</p>	2	0	0
13	4	<p>Решение ситуационных задач по SEO (с использованием сервисов be1.ru и Bonica.pro)</p> <p>(А – 2 час, О – 2 час)</p>	2	0	0

14	4	<p>Кейс «Цифровые коммуникации в развитии бренда экопродукции»: разработка рекомендаций по формированию системы цифровых коммуникаций компании для повышения узнаваемости бренда и лояльности клиентов с использованием сервисов SimilarWeb (или Be1), TargetHunter, MindMaster (или MindManager) (А – 2 час, О – 2 час)</p>	2	0	0
15	4	<p>Информационная поддержка ивент-маркетинга компании в социальных медиа:  - подготовка карты мероприятий в  - подготовка серии Stories в Instagram с брендированными масками  - подготовка Hashtag Challenge в TikTok  (А – 4 час, О – 4 час)</p>	4	0	0
16	5	<p>Кейс «Стратегическое планирование цифровых коммуникаций лизинговой компании»:  - определение ЦА компании и оценка конкурентной ситуации с использованием возможностей ИАС СПАРК и сервисов SimilarWeb, Google Trends, Mention.com и Import.io)  - построение стратегической карты и дерева целей компании с использованием сервиса MindMaster или MindManager  - отбор каналов и инструментов цифровых коммуникаций и составление медиаплана в Битрикс24  (А – 4 час, О – 2 час)</p>	4	0	0

17	5	<p>Кейс «Оmnиканальные коммуникации региональной компании»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сбор данных по предпочитаемым потребителями каналам коммуникации с компанией с использованием возможностей сервисов SimilarWeb, Import.io и др.</li> <li>- построение карты omnиканальных коммуникаций компании с использованием сервиса MindMaster</li> </ul> <p>(А – 2 час, О – 2 час)</p>	2	0	0
18	6	<p>Оценка коммуникативной эффективности системы цифровых коммуникаций компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовка и размещение анкеты для проведения опроса (Google Forms, социальные сети)</li> <li>- сбор и интерпретация данных опроса</li> <li>- анализ упоминаний компании в цифровых каналах с использованием сервисов Babkee (babkee.ru), IQBuzz (iqbuzz.pro), Google Alerts (google.com/alerts), Поиск Яндекса по блогам (yandex.ru/blogs/search)</li> </ul> <p>(А – 4 час, О – 4 час)</p>	4	0	0
19	6	<p>Организация работы с сервисами веб-аналитики</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-- создание UTM-меток (сервис Tilda (<a href="https://tilda.cc/ru/utm">https://tilda.cc/ru/utm</a>))</li> <li>- подключение и настройка Яндекс.Метрики или Google Analytics</li> <li>- интерпретация полученных данных</li> </ul> <p>(А – 2 час, О – 2 час)</p>	2	0	0
Итого			54	0	0

### 3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

### 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

### 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Алексунин В. А., Дубаневич Е. В., Скляр Е. Н.	Маркетинговые коммуникации: практикум	М.: Дашков и К, 2012
Л1.2	Папкова О. В.	Деловые коммуникации: Учебник	Москва: Вузовский учебник, 2017
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Романова Ю. Д., Милорадов К. А., Дьяконова Л. П., Женова Н. А., Рычков Н. А.	Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014
Л2.2	Ветцель К. Я.	Интернет-маркетинг: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2018

### 7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Научная электронная библиотека	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
Э2	Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина	<a href="http://www.prlib.ru">http://www.prlib.ru</a>
Э3	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	<a href="http://uisrussia.msu.ru">http://uisrussia.msu.ru</a>
Э4	ЭБ ИД «Гребенников»	<a href="http://grebennikon.ru">http://grebennikon.ru</a>
Э5	ЭБС "ИНФРА-М"	<a href="http://www.znaniy.com">http://www.znaniy.com</a>
Э6	ЭБС «Лань»	<a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Самостоятельная работа студентов регламентируется графиком учебного процесса. По дисциплине «Тренинг «Эффективные цифровые коммуникации» учебным планом на самостоятельную работу студентов отведено 2,5 ЗЕ (90 часов), из них 1,5 ЗЕ (54 часа) на изучение теоретического курса и 1 ЗЕ (36 часов) для подготовки, выполнения и оформления ситуационных задач и анализа кейсов.

Часы на самостоятельное изучение теоретического курса распределяются по разделам дисциплины следующим образом:

Тема 1 - 6 часов; Тема 2 - 12 часов; Тема 3 - 12 часов; Тема 4 - 12 часов; Тема 5 - 6 часов; Тема 6 - 6 часов.

Для изучения теоретического курса используются каталоги научной библиотеки университета, Красноярской краевой научной библиотеки, ресурсы сети Интернет, публикации периодической печати

При изучении литературы необходимо уделять особое внимание изучению всех вопросов, входящих в программу курса, а также подготовке ответов на контрольные вопросы. Вопросы теоретического курса, вынесенные на самостоятельное изучение, включены в зачет по дисциплине.

Часы на подготовку, выполнение и оформление ситуационных задач и анализа кейсов распределяются по разделам дисциплины следующим образом:

Тема 1 - 4 часа; Тема 2 - 8 часов; Тема 3 - 8 часов; Тема 4 - 8 часов; Тема 5 - 4 часов; Тема 6 - 4 часов.

Выполнение заданий является продолжением аудиторных практических занятий. Файлы с выполненными заданиями отправляются преподавателю на проверку через ЭОК «Тренинг «Эффективные цифровые коммуникации» в системе электронного обучения СФУ (<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=31697>). К заданиям, предполагающим размещение контента в сети Интернет, в т.ч. в социальных сетях, прилагается ссылка на размещенные материалы.

Решение ситуационных задач представляет собой выполнение краткого анализа и разработку рекомендаций по предложенной ситуации (описанию исходных условий).

Анализ кейсов предполагает выполнение в малых группах заданий по анализу конкретных ситуаций, вопросов к ним и выполнению действий в соответствии с заданием. Формирование малых групп производится студентами самостоятельно, либо по усмотрению преподавателя. По результатам выполнения кейса студенты готовят письменный отчет по решению и презентацию.

Защита отчета с презентацией выполняется на аудиторном практическом занятии.

Групповые обсуждения и/или дискуссии предполагают подготовку обоснованного мнения по ключевым вопросам к заданию, размещенным в ЭОК «Тренинг «Эффективные цифровые коммуникации» с последующим обсуждением на аудиторном практическом занятии, формулированием вопросов к другим участникам обсуждения и формированием итогового группового результата обсуждения. В ЭОК загружается файл с подготовленным резюме собственного доклада.

Формой итогового контроля знаний студентов является зачет в форме устного собеседования по вопросам, представленным в разделе 5, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации в зависимости от нозологии:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа.

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

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

9.1.1	Для изучения настоящей дисциплины обучающимся необходимо наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и следующее ПО:
9.1.2	- Microsoft Windows 7,8,10;
9.1.3	- Microsoft Visio 2007;
9.1.4	- Microsoft Office Professional Plus 2007 Russia (Лицензия №43158512 от 04.12.2007; 2400 копий; бессрочно);
9.1.5	- Google Chrome Free.

### **9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем**

9.2.1	1. ИАС «Статистика». Режим доступа: <a href="http://www.ias-stat.ru">www.ias-stat.ru</a> (в читальных залах НБ СФУ)
9.2.2	2. ИАС «СПАРК». Режим доступа: <a href="https://www.spark-interfax.ru">https://www.spark-interfax.ru</a> (требуется авторизация, доступ с IP-адресов СФУ)
9.2.3	3. Базы данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю. Режим доступа: <a href="http://www.krasstat.gks.ru">www.krasstat.gks.ru</a>
9.2.4	4. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) Режим доступа: <a href="http://www.fedstat.ru">www.fedstat.ru</a>
9.2.5	

## **10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Характеристика аудиторий, оборудования, технических средств обучения, используемых в курсе:

- лекционные аудитории с мультимедийным оборудованием, включая проекционную и аудиотехнику;
- мультимедийные аудитории для практических занятий, оснащенные моделируемой мебелью, мультимедийным проектором;
- презентационные комплексы SmartBoard, InterWrite установлены стационарно во всех лабораторных аудиториях;
- компьютерные классы с выделенным выходом в Интернет на 15-20 рабочих мест. Конфигурация персональных ЭВМ и рабочих мест базируется на платформе процессоров типа INTEL Pentium, Celeron, Core 2Duo и т. п. с оперативной памятью 128÷2048 Мб, видеоплатами с ОЗУ 32÷512 Мб, минимальным объемом HDD 20 Гб, LCD и CRT мониторами с размером экрана по диагонали 15÷19”.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.