

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 очная

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

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)	
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
		6
Общая трудоемкость дисциплины	4 (144)	4 (144)
Контактная работа с преподавателем:	2 (72)	2 (72)
занятия лекционного типа		
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	2 (72)	2 (72)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	2 (72)	2 (72)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

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	10	0	11	ПК-12
2	Социальные сети как канал цифровых коммуникаций	0	16	0	14	ПК-12
3	Мобильные коммуникации в управлении взаимоотношениями с клиентами	0	14	0	13	ПК-12
4	Цифровые коммуникации в формировании известности и репутации бренда	0	16	0	14	ПК-12
5	Стратегии продвижения в цифровых каналах	0	8	0	10	ПК-12
6	Оценка эффективности цифровых коммуникаций компании	0	8	0	10	ПК-12
Всего		0	72	0	72	

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 – 2 час, О – 2 час)	2	0	0
2	1	Групповая дискуссия «Приоритеты, перспективы и ограничения развития цифровых коммуникаций» (А – 2 час, О – 0 час)	2	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 – 4 час, О – 4 час)	4	0	0

5	2	Сбор информации о коммуникационной политике и аудитории региональных компаний в социальных сетях с применением парсинговых сервисов (TargetHunter и другие) (А – 4 час, О – 4 час)	4	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 – 8 час, О – 8 час)	8	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 – 4 час, О – 2 час)	4	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 – 4 час, О – 2 час)</p>	4	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 – 4 час, О – 2 час)</p>	4	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"> - сбор данных по предпочитаемым потребителями каналам коммуникации с компанией с использованием возможностей сервисов SimilarWeb, Import.io и др. - построение карты omnиканальных коммуникаций компании с использованием сервиса MindMaster <p>(А – 4 час, О – 2 час)</p>	4	0	0
18	6	<p>Оценка коммуникативной эффективности системы цифровых коммуникаций компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка и размещение анкеты для проведения опроса (Google Forms, социальные сети) - сбор и интерпретация данных опроса - 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) <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"> -- создание UTM-меток (сервис Tilda (https://tilda.cc/ru/utm)) - подключение и настройка Яндекс.Метрики или Google Analytics - интерпретация полученных данных <p>(А – 4 час, О – 4 час)</p>	4	0	0
Итого			72	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 (eLIBRARY.RU)	http://elibrary.ru
Э2	Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина	http://www.prlib.ru
Э3	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)	http://uisrussia.msu.ru
Э4	http://grebennikon.ru	http://grebennikon.ru
Э5	ЭБС "ИНФРА-М"	http://www.znaniyum.com
Э6	ЭБС «Лань»	http://e.lanbook.com

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 ЗЕ (72 часа), из них 1 ЗЕ (36 часов) 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 - 6 часов; Тема 3 - 6 часов; Тема 4 - 6 часов; Тема 5 - 6 часов; Тема 6 - 3 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 - 5 часов; Тема 2 - 8 часов; Тема 3 - 7 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: www.ias-stat.ru (в читальных залах НБ СФУ)
9.2.2	2. ИАС «СПАРК». Режим доступа: https://www.spark-interfax.ru (требуется авторизация, доступ с IP-адресов СФУ)
9.2.3	3. Базы данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю. Режим доступа: www.krasstat.gks.ru
9.2.4	4. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) Режим доступа: www.fedstat.ru

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.