

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

38.03.02 Менеджмент

Форма обучения

очная

Год набора

2022

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

старший преподаватель кафедры "Маркетинг", Ветцель Константин

Яковлевич; кандидат экономических наук, доцент кафедры

"Маркетинг", Якимова Екатерина Андреевна

должность, инициалы, фамилия

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
УК-4.1: Выбирает на государственном и иностранном(ых) языке(ах) коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами	
УК-4.2: Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языке (ах)	

<p>УК-4.3: Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической и</p>	
<p>профессиональной коммуникации: внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; уважая высказывания других как в плане содержания, так и в плане формы; критикуя аргументировано и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия</p>	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: .

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	2 (72)	
практические занятия	2 (72)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2 (72)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Цифровые коммуникации в управлении деловыми связями									
	1. Цифровые коммуникации в управлении деловыми связями - анализ ситуаций - групповое обсуждение - решение кейсов			10					
	2. Цифровые коммуникации. Каналы цифровых коммуникаций. Роль цифровых коммуникаций в управлении деловыми связями. Принципы, методы и инструменты коммуникаций в цифровой среде. Интернет, как основной канал цифровых коммуникаций. Электронная деловая переписка.							6	
2. Стратегии продвижения бренда в цифровых каналах									

1. Стратегии продвижения бренда в цифровых каналах - анализ ситуаций - групповое обсуждение - решение кейсов			8					
2. Цифровые коммуникации в стратегическом управлении компанией. Коммуникационные стратегии. Планирование цифровых коммуникаций. Стратегии продвижения бренда в цифровых каналах.							6	
3. Социальные сети как канал цифровых коммуникаций								
1. Социальные сети как канал цифровых коммуникаций - решение ситуационных задач - групповое обсуждение - решение кейсов			16					
2. Коммуникации в социальных медиа. Коммуникационные возможности основных социальных сетей. Блоги и микроблоги как каналы цифровых коммуникаций. Корпоративный блог.							6	
4. Мобильные коммуникации в управлении взаимоотношениями с клиентами								
1. Мобильные коммуникации в управлении взаимоотношениями с клиентами - решение ситуационных задач - групповое обсуждение - решение кейсов			14					
2. Инструменты мобильных коммуникаций. Мобильные приложения. Мессенджеры. SMS-рассылки. Мобильный CRM. Мобильные коммуникации в управлении лояльностью клиентов.							6	
5. Цифровые коммуникации в формировании известности и репутации бренда								

1. Цифровые коммуникации в формировании известности и репутации бренда - решение ситуационных задач - групповое обсуждение - решение кейсов			16					
2. Инструменты формирования известности и репутации бренда в цифровой среде. Корпоративный сайт и поисковая оптимизация (SEO). Контент-маркетинг. Вирусные компании в Интернете. PR-мероприятия и ивент-маркетинг в социальных медиа.							6	
6. Система цифровых коммуникаций компании и оценка ее эффективности								
1. Система цифровых коммуникаций компании и оценка ее эффективности - тематическое обсуждение - решение аналитических задач - выполнение расчетных заданий			8					
2. Структура цифровых коммуникаций компании. Формирование системы цифровых коммуникаций. Виды эффективности коммуникаций. Критерии оценки эффективности цифровых коммуникаций. Метрики цифровых коммуникаций.							6	
7. Реферат								
1. Подготовка и выполнение реферата							36	
Всего			72				72	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Папкина О. В. Деловые коммуникации: Учебник(Москва: Вузовский учебник).
2. Алексунин В. А. Маркетинговые коммуникации(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
3. 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").
4. Ветцель К.Я. Интернет-маркетинг: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.03.02.04 Маркетинг](Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft Windows 7,8,10;
2. Microsoft Visio 2007;
3. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russia (Лицензия №43158512 от 04.12.2007; 2400 копий; бессрочно);
4. Google Chrome Free.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. ИАС «Статистика». Режим доступа: в читальных залах НБ СФУ

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 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.