

ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1. Цель освоения дисциплины

Сформировать представления об особенностях коммуникации в цифровом информационно-коммуникационном пространстве, необходимые для решения профессиональных задач.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Цифровые коммуникации» относится к базовой части блока дисциплин. Для освоения дисциплины «Цифровые коммуникации» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью», прохождения практик «Профессионально-ознакомительная практика», «Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью», «Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий», «Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью», прохождения практик «Преддипломная практика», «Профессионально-творческая практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);
- способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- особенности ведения коммуникации, опосредованной цифровыми сервисами;
- особенности и правила участия и ведения телеконференций и видеоконференций;

уметь

- создавать цифровой коммуникационный продукт для использования в сети Интернет;
- организовывать коммуникацию при организации телеконференций и видеоконференций;

владеть

- основными методами подбора и использования сервисов Интернет для создания цифрового коммуникационного продукта в зависимости от предназначения и иных особенностей создаваемого продукта;
- приемами использования основных технологий маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 12 ч., СРС – 92 ч.),
распределение по семестрам – 3 курс, лето,
форма и место отчётности – зачёт (3 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

Коммуникационные продукты, предназначенные для использования в сети Интернет, и технологии их создания.

Сервисы Интернет для создания коммуникационного продукта. Особенности различных коммуникационных продуктов и сервисов для их создания: короткие сообщения, регулярные подписные публикации (посты), "лендинг-пейдж", формы обратной связи.

Ведение коммуникации с использованием сервисов сети Интернет.

Модели коммуникации. Персонализированное и групповое общение в Интернете.

Коммуникация при организации телеконференций, видеоконференций, при организации коллективной работы.

6. Разработчик

Штыров Андрей Вячеславович, доцент кафедры методики преподавания математики и физики, ИКТ.