

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Ашмарин Александр Горевич

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 01.02.2021 09:39:07

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.О.03.01 Цифровые коммуникации

Основная профессиональная образовательная программа

Направление 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ программа "Реклама и связи с общественностью"

Методический отдел УМУ

« 16 » _____ 20²⁰ г.

Научная библиотека СГЭУ

« 16 » _____ 20²⁰ г.

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Маркетинга, логистики и рекламы

(протокол № 7 от 28.02.2020г.)

Зав. кафедрой Л.А. Сосунова /

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Цифровые коммуникации входит в обязательную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Цифровые коммуникации в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
УК-1_ИДК1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	УК1з1: Принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации.	УК1у1: Применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; Грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки.	УК1в1: Практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.
УК-1_ИДК2 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.	УК1з2: Принципы и методы системного подхода.	УК1у2: Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности; применять принципы и методы системного подхода для решения поставленных задач.	УК1в2: Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
УК-1_ИДК3	УК1з3: Принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации.	УК1у3: Применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации;	УК1в3: Практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.

<p>Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p>Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>	<p>Принципы и методы системного подхода.</p>	<p>Грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки.</p> <p>Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности; применять принципы и методы системного подхода для решения поставленных задач.</p>	<p>Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>
---	--	---	---

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
<p>ОПК-6_ИДК1</p> <p>Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.</p>	<p>ОПК6з1</p> <p>Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности.</p>	<p>ОПК6у1</p> <p>Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности.</p>	<p>ОПК6в1</p> <p>Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных технологий в сфере рекламы.</p>
<p>ОПК-6_ИДК2</p> <p>Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания</p>	<p>ОПК6з2</p> <p>Основные программные продукты в сфере рекламы.</p>	<p>ОПК6у2</p> <p>Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.</p>	<p>ОПК6в2</p> <p>Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.</p>

текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.			
ОПК-6_ИДКЗ Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	ОПК6з3 Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности. Основные программные продукты в сфере рекламы.	ОПК6у3 Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности. Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.	ОПК6в3 Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных технологий в сфере рекламы. Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6
Контактная работа, в том числе:	13.15/0.37
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	92.85/2.58
Промежуточная аттестация	2/0.06
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Цифровые коммуникации представлен в таблице.

**Разделы, темы дисциплины и виды занятий
Заочная форма обучения**

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Теория цифровых коммуникаций	2	4			40	УК-1_ИДК1 УК-1_ИДК2 УК-1_ИДК3 ОПК-6_ИДК1 ОПК-6_ИДК2 ОПК-6_ИДК3
2.	Практические аспекты цифровых коммуникаций	2	4			52.85	УК-1_ИДК1 УК-1_ИДК2 УК-1_ИДК3 ОПК-6_ИДК1 ОПК-6_ИДК2 ОПК-6_ИДК3
	Контроль	2					
	Итого	4	8	0.15	1	92.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теория цифровых коммуникаций	лекция	Основные понятие цифровых коммуникаций
2.	Практические аспекты цифровых коммуникаций	лекция	Практические аспекты цифровых коммуникаций

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теория цифровых коммуникаций	практическое занятие	Основные понятие цифровых коммуникаций
2.	Практические аспекты цифровых коммуникаций	практическое занятие	Практические аспекты цифровых коммуникаций

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теория цифровых коммуникаций	- подготовка доклада - тестирование
2.	Практические аспекты цифровых коммуникаций	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433390>

Дополнительная литература

1. Касьянов, В. В. Социология интернета : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 424 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438739>

Литература для самостоятельного изучения

1. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учеб. пособие для академического бакалавриата / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 444 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07447-5. <https://biblio-online.ru/book/informacionnyye-sistemy-i-tehnologii-v-marketinge-433178>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/>)

3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Цифровые коммуникации:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-

	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Планируемые результаты обучения по дисциплине				
Описание ИДК	Уровень сформированности	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
УК-1_ИДК1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	Пороговый	УК1з1: Принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации.	УК1у1: Применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; Грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки.	УК1в1: Практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации.
УК-1_ИДК2 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.	Базовый	УК1з2: Принципы и методы системного подхода.	УК1у2: Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности; применять принципы и методы системного подхода для решения поставленных задач.	УК1в2: Практическими навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
УК-1_ИДК3 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи. Находит	Повышенный	УК1з3: Принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации.	УК1у3: Применять принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; Грамотно, логично, аргументированно	УК1в3: Практическими навыками поиска, анализа и синтеза информации. Практическими навыками выбора

и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки.		Принципы и методы системного подхода.	формировать собственные суждения и оценки. Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности; применять принципы и методы системного подхода для решения поставленных задач.	оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
---	--	---------------------------------------	--	--

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Планируемые результаты обучения по дисциплине				
Описание ИДК	Уровень сформированности	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ОПК-6_ИДК1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	Пороговый	ОПК6з1 Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности.	ОПК6у1 Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности.	ОПК6в1 Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных технологий в сфере рекламы.
ОПК-6_ИДК2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Базовый	ОПК6з2 Основные программные продукты в сфере рекламы.	ОПК6у2 Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.	ОПК6в2 Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.
ОПК-6_ИДК3	Повышенный	ОПК6з3	ОПК6у3	ОПК6в3

Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.		Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности. Основные программные продукты в сфере рекламы.	Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности. Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.	Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных технологий в сфере рекламы. Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.
---	--	---	--	---

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Теория цифровых коммуникаций	УК-1_ИДК1 УК-1_ИДК2 УК-1_ИДК3 ОПК-6_ИДК1 ОПК-6_ИДК2 ОПК-6_ИДК3	Оценка докладов тестирование	зачет
2.	Практические аспекты цифровых коммуникаций	УК-1_ИДК1 УК-1_ИДК2 УК-1_ИДК3 ОПК-6_ИДК1 ОПК-6_ИДК2 ОПК-6_ИДК3	Тестирование	зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Теория цифровых коммуникаций	<ol style="list-style-type: none"> 1. Современные возможности цифровых коммуникация 2. Эволюция цифровых технологий 3. Электронные информационные ресурсы в маркетинге 4. Маркетинг, реклама и информационное общество: развитие теории и концепций 5. Искусственный интеллект в маркетинге 6. КИС и ее маркетинговые функции

	<p>7. Изменение комплекса маркетинга в цифровой экономике</p> <p>8. Развитие возможностей интернет-маркетинга для бизнеса</p>
Практические аспекты цифровых коммуникаций	<p>9. Обзор современных информационных технологий в рекламе</p> <p>10. Облачные вычисления в рекламе и PR</p> <p>11. Виртуальные технологии в маркетинге: плюсы и минусы</p> <p>12. Современные инструменты работы с информацией</p> <p>13. CRM. Перспективы развития</p> <p>14. Обзор программных продуктов автоматизации маркетинга</p>

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

CRM (Customer Relationships Management) – это

- системы управления взаимоотношениями с клиентами, в центре внимания которых находится клиент компании
- планирование производственных ресурсов
- планирование потребности в материалах, связанной с оптимальным распределением по времени закупок материалов и комплектующих

Что может быть формой экономической реализации (обмена, присвоения, использования, потребления) информации?

- информационная услуга, информационный продукт
- слово
- буква

Источниками внешней информации для маркетинговой информационной системы являются:

- результаты полевых маркетинговых исследований
- опросы
- наблюдения
- прайс-листы компании

Совокупность интегрированных средств технического и программно-аппаратного характера, а также информации, предназначенной для публикации во Всемирной паутине

- интернет-ресурс
- программный продукт
- информационная система

В зависимости от индикации информационные потоки делятся на:

- цифровые, символические, алфавитные, звуковые
- закупочные, транспортные, складские, распределительные, сервисные
- регулярные, оперативные, периодические

Характеристики маркетинговой информации

- адресность
- наглядность представления
- прагматичность
- возможность быстрой передачи

Отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других информационных системах).

- информационный актив
- информационный ресурс
- информационная система

Чье высказывание: «Именно запасы знаний и потоки информации направляют выбор»?

- Фриц Махлуп
- Стив Джобс
- К.Маркс

Отображает формально-структурные характеристики информации и не затрагивает ее смыслового содержания

- синтаксическая адекватность
- семантическая адекватность
- прагматическая адекватность

МИС должна соответствовать различным международным, государственным, промышленным и прочим стандартам. Данный принцип относится к принципу:

- открытости
- ориентированности
- точности

Затраты на внедрение МИС включают:

- затраты на приобретение дополнительной техники, затраты на работу сторонних консультантов по запуску системы
- затраты на разработку новых форм отчетности, создание новых рабочих мест, затраты на поддержку работоспособности оборудования, операционных систем, сервера
- затраты на реинжиниринг бизнес-процессов, частичная или полная модернизация системы

Системы управления взаимоотношениями с потребителями – это системы класса

- CRM
- ERP
- MRP

По назначению информации потоки делятся на:

- директивные, организационные, нормативно-справочные, научные
- закупочные, транспортные, складские, распределительные, сервисные
- регулярные, оперативные, периодические

Цифровые активы в отличие от физических используются, но не расходуются – это:

- закон цифровых активов
- предположение цифровой экономики
- свойство информационного потока

Правильно ли утверждение: Производство информационного продукта связано с высокими постоянными затратами, но с низкими предельными издержками

- да
- нет

Документ согласительного плана между клиентом и исполнителем, в которой закрепляются важные параметры и данные разрабатываемого продукта или услуги

- бриф
- накладная

Графоаналитический метод исследования информационных потоков основан на
 -построении информационного графа и анализа его матрицы смежности
 -описании потоков информации в виде графической схемы в системе координат
 -построении схемы документооборота предприятия

Используются для автоматизации всех функций фирмы и охватывают весь цикл работ от проектирования до сбыта продукции:

- корпоративные системы
- универсальные системы
- специализированные системы

Цель создания маркетинговой информационной системы

-используя внешние и внутренние источники информации, выявляет взаимосвязь компании с рынком и обеспечивая своевременной и достоверной информацией, служит развитию компании
 -используя системный подход управления, добиваться достижения целей функционирования компании

Этапы развития CRM

- Операционный
 - Аналитический
 - Коллаборационный
- Эмоциональный

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Теория цифровых коммуникаций	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие и виды цифровых коммуникаций 2. История развития цифровых технологий 3. Понятие информационного продукта и информационной услуги 4. Цифровизация бизнеса 5. Интернет –коммуникации 6. Мобильные коммуникации 7. Развитие среды для цифровых коммуникаций 8. Принципы цифрового маркетинга и рекламы 9. Современные возможности цифровых коммуникация 10. Эволюция цифровых технологий 11. Электронные информационные ресурсы в маркетинге 12. Маркетинг, реклама и информационное общество: развитие теории и концепций 13. Искусственный интеллект в маркетинге 14. КИС и ее маркетинговые функции 15. Изменение комплекса маркетинга в цифровой экономике 16. Развитие возможностей интернет-маркетинга для бизнеса

Практические аспекты цифровых коммуникаций	17. Преимущества и недостатки цифровых коммуникаций 18. Современные концепции информационной экономики 19. Закон Гроша 20. Обзор современных информационных технологий в рекламе 21. Облачные вычисления в рекламе и PR 22. Виртуальные технологии в маркетинге: плюсы и минусы 23. Современные инструменты работы с информацией 24. CRM. Перспективы развития 25. Обзор программных продуктов автоматизации маркетинга 26. Анализ сервисов цифровых коммуникаций 27. Перспективы развития цифровых коммуникаций 28. Сети новых поколений 29. Виртуальные образы в рекламе и PR 30. Развитие искусственного интеллекта
--	---

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	УК-1_ИДК1 ОПК-6 ИДК1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне