

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Медиа коммуникации и дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины
ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.24
Трудоемкость в зачетных единицах:	6 семестр - 4;
Часов (всего) по учебному плану:	144 часа
Лекции	6 семестр - 24 часа;
Практические занятия	6 семестр - 24 часа;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	6 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	6 семестр - 93,5 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая: Эссе Реферат Контрольная работа Тестирование	
Промежуточная аттестация:	
Экзамен	6 семестр - 0,5 часа;

Москва 2025

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIvV-667968f0

И.В. Юдин

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

Заведующий выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Цифровые коммуникации – универсальный язык передачи сообщения от бренда к его покупателям. Можно сказать, что цифровые коммуникации строят диалог, в котором презентуют, продвигают и продают товары и услуги компании. Цифровые коммуникации являются необходимым инструментом создания рекламы и развития бизнеса. Основа цифровых коммуникаций – это коммуникационная стратегия, построенная на исследованиях деятельности конкурентов бренда и поведении его аудитории (покупателей). Благодаря неочевидным и уникальным методикам, удаётся составить контурную карту будущих действий бренда и его дизайна, которая определит успешный запуск проекта. Такая аналитика позволяет затем создать «общающийся» дизайн упаковки, фирменного стиля – от логотипа компании до всех дизайн-макетов, в том числе фирменных персонажей и иллюстраций, мобильного приложения, сайта, 3D-макетов.

Задачи дисциплины

- формирование представления о проблематике современного научного знания о цифровых коммуникациях;
- изучение психологических аспектах восприятия информации, о видах и специфике цифровых коммуникаций и рекламы;
- формирование концептуального анализа и использование в профессиональной деятельности основные категории и понятия дизайна цифровых коммуникаций;
- приобретение компетенции активного общения в творческой, научной, производственной и общекультурной деятельности.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
пк-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации	ИД-3 _{пк-1} Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний	знать: - методы соотнесения развития визуальных бренд-коммуникаций с историческим контекстом и эстетическими запросами общества. уметь: - критически оценивать проектные методы, креативных инструментов, принципов создания художественно-образных решений в коммуникациях; - определять вид коммуникаций; - применять знания междисциплинарного характера исследовательской и проектной деятельности в области бренд-коммуникаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Медиа коммуникации и дизайн в рекламе (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа							СР				
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Понятие цифровых коммуникаций	22	6	6	-	6	-	-	-	-	-	10	-	<p><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Понятие визуальных коммуникаций"</p> <p><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы</p> <p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Понятие визуальных коммуникаций"</p> <p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Понятие визуальных коммуникаций" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 5-100</p>	
1.1	Методология работы с видами и средствами цифровых рекламных коммуникаций	22		6	-	6	-	-	-	-	-	-	10		-
2	Проблема цифровых коммуникаций в классическом кинематографе	22		6	-	6	-	-	-	-	-	-	10		-
2.1	Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена цифровых коммуникаций в	22		6	-	6	-	-	-	-	-	-	10		-

	кинематографе													<p><u>Подготовка к контрольной работе:</u> Изучение материалов по разделу Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе и подготовка к контрольной работе</p> <p><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы</p> <p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе"</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 5-67</p>
3	Цифровые коммуникации в современной медиа среде	32	6	-	6	-	-	-	-	-	20	-	<p><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде"</p>	
3.1	Классификация видов коммуникаций в современной медиа сфере	32	6	-	6	-	-	-	-	-	20	-	<p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы</p> <p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде"</p> <p><u>Подготовка расчетных заданий:</u> Задания ориентированы на решения минизаданий по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде". Студенты необходимо повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по</p>	

														варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 70-99
4	Практика применения цифровых коммуникаций	32	6	-	6	-	-	-	-	-	20	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций"	
4.1	Работа в компьютерных редакторах для воплощения визуальных идей, с учетом его специфики	32	6	-	6	-	-	-	-	-	20	-	<u>Подготовка расчетно-графического задания:</u> В рамках расчетно-графического задания выполняется чертеж конструкции. Для выполнения чертежей выполняются предварительные расчеты основных показателей, которые указываются на чертеже. Задание выполняется индивидуально по вариантам. В качестве тем задания применяются следующие: <u>Подготовка к аудиторным занятиям:</u> Проработка лекции, выполнение и подготовка к защите лаб. работы <u>Подготовка к контрольной работе:</u> Изучение материалов по разделу Практика применения визуальных коммуникаций и подготовка к контрольной работе <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций" <u>Подготовка расчетных заданий:</u> Задания ориентированы на решения минизаданий по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций". Студенты необходимо	

													повторить теоретический материал, разобрать примеры решения аналогичных задач. провести расчеты по варианту задания и сделать выводы. В качестве задания используются следующие упражнения: <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 157-345
	Экзамен	36.0	-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	144.0	24	-	24	-	2	-	-	0.5	60	33.5	
	Итого за семестр	144.0	24	-	24		2		-	0.5		93.5	

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Понятие цифровых коммуникаций

1.1. Методология работы с видами и средствами цифровых рекламных коммуникаций

Целостное представление о процессе разработки цифровых коммуникаций, инструментов планирования средств и методов коммуникационного воздействия, стратегии управления процессом рекламного воздействия, раскрывает технологии продвижения компаний различными коммуникационными инструментами..

2. Проблема цифровых коммуникаций в классическом кинематографе

2.1. Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена цифровых коммуникаций в кинематографе

Ключевые особенности каждого инструмента, оценив его сильные и слабые стороны, технологические особенности применения, а также оценки коммуникационных и иных эффектов, достигаемых рекламным воздействием или программами по связям с общественностью. Основное содержание лекций дисциплины направлено на понимание и осмысление механизма действия и специфики использования перечня изучаемых технологий и инструментов.

3. Цифровые коммуникации в современной медиа среде

3.1. Классификация видов коммуникаций в современной медиа сфере

Определение оптимально эффективного видов рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов, интегрировать все методы информационных технологий в систему проектной деятельности, работать в графических редакторах, способствующих реализации медийного продукта в соответствии с выбором способа коммуникации между потребителем и брендом.

4. Практика применения цифровых коммуникаций

4.1. Работа в компьютерных редакторах для воплощения визуальных идей, с учетом его специфики

Проектировать идеи с помощью графических редакторов, учитывая современные тренды в дизайне масс-медиа, создавать презентационные файлы, графические подачи в обосновании авторских идей, способствующих реализации проектных целей.

3.3. Темы практических занятий

1. Проблема цифровых коммуникаций в классическом кинематографе;
2. Практика применения цифровых коммуникаций;
3. Цифровых коммуникации в современной медиа среде;
4. Понятие цифровых коммуникаций.

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Понятие визуальных коммуникаций"

2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Визуальные коммуникации в современной медиа среде"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Практика применения визуальных коммуникаций"

Текущий контроль (ТК)

1. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Понятие визуальных коммуникаций"
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Проблема визуальных коммуникаций в классическом кинематографе"
3. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Визуальные коммуникации в современной медиа среде"
4. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Практика применения визуальных коммуникаций"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)				Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	
Знать:						
методы соотнесения развития визуальных бренд-коммуникаций с историческим контекстом и эстетическими запросами общества	ИД-3 _{ПК-1}				+	Тестирование/Цифровые коммуникации на практике
Уметь:						
применять знания междисциплинарного характера исследовательской и проектной деятельности в области бренд-коммуникаций	ИД-3 _{ПК-1}			+		Контрольная работа/Цифровые коммуникации в меди среде
определять вид коммуникаций	ИД-3 _{ПК-1}		+			Реферат/Цифровые коммуникации в классическом кинематографе
критически оценивать проектные методы, креативных инструментов, принципов создания художественно-образных решений в коммуникациях	ИД-3 _{ПК-1}	+				Эссе/Введение в цифровую коммуникацию

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

6 семестр

Форма реализации: Обмен электронными документами

1. Введение в цифровую коммуникацию (Эссе)
2. Цифровые коммуникации в классическом кинематографе (Реферат)

Форма реализации: Письменная работа

1. Цифровые коммуникации в меди среде (Контрольная работа)
2. Цифровые коммуникации на практике (Тестирование)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №6)

Итоговая оценка включает оценки, полученные за контрольные мероприятия, а также оценку, полученную на экзамене.

В диплом выставляется оценка за 6 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. № 1 : Теория и практика общественного развития : журнал / гл. ред. В. Л. Харсеева ; учред. Учреждение Российской академии наук Институт социологии РАН ; учред. Департамент по делам СМИ, печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций Краснодарского края ; учред. Издательский дом «ХОРС» . – Краснодар : ХОРС, 2013 . – 402 с. – Режим доступа: электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE», требуется авторизация . - ISSN 2072-7623 .;
2. А. В. Сердцова- "Типографика в современном дизайне логотипа: коммуникативно-визуальный аспект", Издательство: "б.и.", Санкт-Петербург, 2021 - (113 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617909>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др);
4. Windows Server / Серверная операционная система семейства Linux.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>

2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. База данных ВИНТИ online - <http://www.viniti.ru/>
5. База данных журналов издательства Elsevier - <https://www.sciencedirect.com/>
6. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
7. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
8. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
9. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
10. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
11. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
12. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
13. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Лекционная аудитория	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровые коммуникации

(название дисциплины)

6 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Введение в цифровую коммуникацию (Эссе)
 КМ-2 Цифровые коммуникации в классическом кинематографе (Реферат)
 КМ-3 Цифровые коммуникации в меди среде (Контрольная работа)
 КМ-4 Цифровые коммуникации на практике (Тестирование)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	12	16
1	Понятие цифровых коммуникаций					
1.1	Методология работы с видами и средствами цифровых рекламных коммуникаций		+			
2	Проблема цифровых коммуникаций в классическом кинематографе					
2.1	Комплекс технологий и инструментов продвижения как системного феномена цифровых коммуникаций в кинематографе			+		
3	Цифровые коммуникации в современной медиа среде					
3.1	Классификация видов коммуникаций в современной медиа сфере				+	
4	Практика применения цифровых коммуникаций					
4.1	Работа в компьютерных редакторах для воплощения визуальных идей, с учетом его специфики					+
Вес КМ, %:			25	25	25	25