

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Минцаев Магомед Шавалович

Должность: Ректор

Дата подписания: 05.09.2023 15:51:04

Уникальный программный идентификатор:

236bcc35c296f119d6aafdc22836b21db52dbc07971a86865a5825f9fa4304cc

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГРОЗНИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени академика М.Д. Миллионщикова

«УТВЕРЖДАЮ»

Первый проректор

И.Г. Гайрабеков

« 02 » 09 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Цифровые коммуникации в экономике»

Направление подготовки

38.03.05. «Бизнес-информатика»

Направленность (профиль)

«Архитектура предприятия»

Квалификация

Бакалавр

Год начала подготовки: 2023

Грозный – 2023

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины: является анализ и понимание, как цифровые инструменты, платформы и технологии влияют на процессы коммуникации между различными экономическими агентами, такими как компании, потребители, инвесторы и государственные органы.

Задачи дисциплины:

- Изучение цифровых технологий и платформ: анализ различных цифровых инструментов, включая социальные сети, веб-порталы, электронную почту, мессенджеры и другие средства коммуникации, которые используются в экономической сфере.
- Оценка влияния на маркетинг и рекламу: Исследование того, как цифровые коммуникации влияют на стратегии маркетинга и рекламы компаний.
- Изучение электронной коммерции: анализ влияния цифровых коммуникаций на процессы онлайн-торговли, включая электронные платежи, интернет-магазины и электронные рынки.
- Анализ взаимодействия с клиентами: исследование, как цифровые технологии влияют на взаимодействие компаний с клиентами, включая обслуживание клиентов через онлайн-каналы, обратную связь и управление отношениями с клиентами.;
- Анализ влияния цифровых платформ на формирование общественного мнения о компаниях, продуктах и услугах, а также способы управления онлайн-репутацией, и др.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Для изучения курса требуется знание: Информатика, Цифровая экономика, Организация продаж и рынок ИКТ.

В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, может являться опорой при изучении дисциплин, как: IT- маркетинг, Информационные системы в экономике и управлении, электронный бизнес а также, основой при подготовке ВКР.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Таблица 1

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
Общепрофессиональны		
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом	ОПК 2.2. Выбирает рациональные решения для управления бизнесом	Знать приемы и методы исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом. Уметь анализировать рынок информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом. Владеть основными методами рационального решения для управления бизнесом
ОПК-4 Способен использовать информацию, методы и программные средства ее сбора, обработки и анализа для информационно-аналитической	ОПК 4.1. Использует информацию и методы ее сбора и обработки для поддержки принятия управленческих	Знать методы и программные средства обработки и анализа информации для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений. Уметь использовать программные средства обработки и анализа информации для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений.

<p>поддержки принятия управленческих решений;</p>	<p>решений ОПК 4.2. Применяет методы сбора, обработки и анализа информации ОПК 4.3. Использует программные средства для сбора и обработки информации</p>	<p>Владеть программными средствами обработки и анализа информации для информационно - аналитической поддержки принятия управленческих решений</p>
---	--	--

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 2

Вид учебной работы		Всего часов/з.ед.	
		ОФО 3 сем.	ОЗФО 3 сем
Контактная работа (всего)		51/1,4	51/1,4
В том числе:			
Лекции		17/0,5	17/0,5
Практические занятия			
Семинары			
Лабораторные работы		34/0,9	34/0,9
Самостоятельная работа (всего)		57/1,6	57/1,6
Выполнение кейсов и подготовка презентаций		18/0,5	18/0,5
Подготовка к лабораторным занятиям		18/0,5	18/0,5
Подготовка к экзамену		21/0,6	21/0,6
Вид отчетности		экзамен	экзамен
Общая трудоемкость дисциплины	ВСЕГО в часах	108	108
	ВСЕГО в зач. единицах	3	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела дисциплины по семестрам	Часы лекционных занятий ОФО	Часы лабораторных занятий ОФО	Часы лекционных занятий ОЗФО	Часы практических занятий ОЗФО
1.	Введение в цифровые коммуникации и их влияние на экономику.	8	20	8	20
2.	Применение цифровых коммуникаций для создания эффективных стратегий.	9	14	9	14
	ИТОГО	17	34	17	34

5.2. Лекционные занятия

Таблица 3

№ модуля	Наименование раздела дисциплины	Содержание модуля
1	Введение в цифровые коммуникации и их влияние на экономику	<p>Лекция 1. Введение в цифровые коммуникации и их роль в современной экономике:</p> <ul style="list-style-type: none">– Определение понятия "цифровые коммуникации".– Роль и важность цифровых коммуникаций в современной бизнес-среде.– Основные преимущества и вызовы цифровых коммуникаций. <p>Лекция 2. Социальные медиа и их влияние на бизнес:</p> <ul style="list-style-type: none">– Анализ роли социальных медиа в сфере маркетинга и продвижения товаров и услуг.– Создание эффективных стратегий присутствия бренда в социальных сетях.– Оценка влияния репутации в социальных медиа на имидж компании. <p>Лекция 3. Email-маркетинг и его эффективность:</p> <ul style="list-style-type: none">– Принципы работы email-маркетинга и преимущества данного инструмента.– Создание рекламных рассылок и анализ их эффективности.– Соблюдение этических норм и правил при проведении email-кампаний. <p>Лекция 4. Интернет-реклама и контекстная реклама:</p> <ul style="list-style-type: none">– Особенности интернет-рекламы и контекстной рекламы.– Выбор наиболее подходящих каналов для цифровой рекламы.– Оценка ROI (возврата инвестиций) в контекстной рекламе.

2	<p>Применение цифровых коммуникаций для создания эффективных стратегий.</p>	<p>Лекция 5. Онлайн-обслуживание клиентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Методы и технологии обслуживания клиентов через интернет. – Перспективы и преимущества онлайн-поддержки для бизнеса. – Симуляция онлайн-консультации и практические навыки взаимодействия с клиентами. <p>Лекция 6. Влияние цифровых коммуникаций на формирование бренда:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Анализ позитивных и негативных аспектов воздействия цифровых коммуникаций на бренд компании. – Создание плана улучшения имиджа через цифровые каналы. – Управление онлайн-репутацией и борьба с негативными отзывами. <p>Лекция 7. Тренды в цифровых коммуникациях:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Исследование актуальных трендов в сфере цифровых коммуникаций. – Роль и влияние новых технологий на бизнес-коммуникации. – Адаптация к изменяющимся тенденциям в цифровой среде. <p>Лекция 8. Виртуальная реальность и дополненная реальность в коммуникациях:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Особенности использования виртуальной и дополненной реальности в цифровых коммуникациях. – Возможности создания уникальных впечатлений для потребителей. – Примеры успешного применения VR и AR в бизнесе. <p>Лекция 9. Кризисное управление в цифровой среде:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Стратегии и методы кризисного управления в цифровых коммуникациях. – Эффективные способы реагирования на негативные события и ситуации. – Примеры компаний, которые успешно справились с кризисами благодаря цифровым коммуникациям.
---	--	--

5.3. Лабораторные занятия

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ
1.	Введение в цифровые коммуникации и их влияние на экономику	<p>Лабораторная работа 1. Основы электронной почты и эффективного коммуникационного процесса</p> <p>Лабораторная работа 2. Онлайн-совещания и виртуальные конференции.</p> <p>Лабораторная работа 3. Социальные сети и их роль в бизнес-коммуникациях</p> <p>Лабораторная работа 4. Основы визуальной коммуникации</p> <p>Лабораторная работа 5. Анализ электронных рекламных кампаний</p>

2.	Применение цифровых коммуникаций для создания эффективных стратегий.	Лабораторная работа 6. Электронная коммуникация в международном бизнесе.
		Лабораторная работа 7. Email-маркетинг и его эффективность
		Лабораторная работа 8. Влияние цифровых коммуникаций на формирование бренда
		Лабораторная работа 9. Онлайн-обслуживание клиентов
		Лабораторная работа 10. Анализ трендов в цифровых коммуникациях

6. Самостоятельная работа студентов по дисциплине

Самостоятельная работа выполняется в течение семестра и предусматривает самостоятельную проработку литературы по темам для подготовки к лабораторным занятиям, подготовку презентаций к докладам и сообщений, а также изучение официальных материалов, нормативных документов, конспектирование научных статей, опубликованных в экономической периодической печати.

6.1 Кейсы для выполнения самостоятельных работ и подготовки презентаций.

1. **Анализ социальных медиа - кампаний компании:** Выберите компанию и проведите анализ её социальных медиа-аккаунтов. Оцените, какие цифровые коммуникационные стратегии она использует, чтобы достичь своей целевой аудитории. Напишите отчёт, включающий анализ контента, вовлеченность аудитории и эффективность кампании.

2. **Сравнительный анализ коммуникаций двух конкурирующих компаний:** Исследуйте, как две конкурирующие компании используют цифровые коммуникации для продвижения своих товаров или услуг. Сравните их подходы к маркетингу, использованию социальных сетей, интерактивности и отзывам клиентов. Составьте презентацию, демонстрирующую различия и сходства.

3. **Анализ влияния социальных сетей на покупательское поведение:** Проведите опрос среди своих знакомых или на онлайн-платформах о том, как социальные сети влияют на их решения о покупках. Соберите данные и проведите статистический анализ, чтобы выявить связи между активностью в социальных сетях и покупательским поведением.

4. **Создание контент-плана для стартапа:** Представьте, что вы работаете в стартапе, который только начинает свою деятельность. Разработайте подробный план цифровых коммуникаций, включая выбор платформы, контент-стратегию, график публикаций и метрики успеха. Обоснуйте каждое решение на основе исследования целевой аудитории и рынка.

5. **Эссе о влиянии инфлюенсеров на бренды:** Напишите эссе, исследующее, как инфлюенсеры влияют на бренды через цифровые коммуникации. Рассмотрите преимущества и риски сотрудничества с инфлюенсерами, а также приведите примеры успешных и неудачных кампаний.

6. **Кейс-анализ кризисной ситуации:** изучите случай кризисной ситуации, связанной с цифровыми коммуникациями (например, негативная реакция в социальных сетях). Проанализируйте, как компания реагировала на эту ситуацию, какие шаги были предприняты для восстановления репутации, и какие уроки можно извлечь для будущего.

7. **Обзор трендов в цифровых коммуникациях:** Составьте обзор современных трендов в цифровых коммуникациях, таких как использование искусственного интеллекта, голосовых помощников, видео-контента и других инновационных подходов. Продемонстрируйте, какие возможности они предоставляют для улучшения коммуникаций в экономике.

Эти задания помогут студентам применить теоретические знания о цифровых коммуникациях на практике, а также развить аналитические и творческие навыки в этой области.

Краткие методические указания

Целью выполнения самостоятельной работы является углубленное изучение отдельных вопросов в рамках тем дисциплины. В процессе подготовки доклада студент:

- углубляет знания и понимание отдельных аспектов дисциплины;
- развивает умение работать с научной и популярной литературой, учится грамотно ссылаться на используемые источники, цитировать источники;
- совершенствует навыки самостоятельной работы;
- совершенствует использование методов научных и околонучных исследований: сравнения, обобщения, логического обоснования и других.

Требования к содержанию презентации:

- материал должен относиться строго к выбранной теме;
- грамотное и логичное изложение основной идеи по заданной теме;
- краткий анализ проведенной исследовательской работы, в том числе обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой студент солидарен.

Структура презентации (порядок слайдов):

1. Титульный слайд.
2. План доклада (3-4 пункта).
3. Введение, цель.
4. Анализ кейса.
5. Выводы и уроки.
6. Заключение.

7. Оценочные средства

7.1. Вопросы рубежного контроля (первая аттестация)

1. Какие основные характеристики определяют цифровые коммуникации?
2. Почему цифровые коммуникации считаются ключевыми для современной экономики?
3. Какие плюсы и минусы существуют в использовании цифровых коммуникаций в бизнесе?
4. Какие основные платформы социальных медиа наиболее популярны среди бизнеса?
5. Какие преимущества может получить компания, активно используя социальные медиа для коммуникации с клиентами?
6. Как социальные медиа влияют на формирование бренда компании?
7. Какие основные цели могут быть достигнуты через email-маркетинг?
8. В чем заключается значимость создания релевантного и персонализированного контента для email-рассылок?
9. Какие факторы могут повысить или снизить эффективность email-маркетинга?
10. Какие каналы и платформы используются для интернет-рекламы?
11. Что такое контекстная реклама и как она адаптируется под интересы пользователей?
12. Какие показатели используются для оценки эффективности интернет-рекламы?
13. Какие методы обслуживания клиентов доступны через интернет?
14. В чем состоит преимущество использования онлайн-поддержки для клиентов и компании?
15. Какие навыки важны при проведении онлайн-консультаций с клиентами?
16. Как цифровые коммуникации могут влиять на восприятие бренда компании?
17. Какие методы используются для управления онлайн-репутацией и улучшения имиджа бренда?

18. Какие практические примеры вы можете назвать, демонстрирующие успешное управление имиджем через цифровые каналы?

Образец билета к первой аттестации

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа "БИН-23" Семестр "2"
Дисциплина "ЦК в экономике"
Билет № 1

1. Что такое контекстная реклама и как она адаптируется под интересы пользователей?
2. В чем состоит преимущество использования онлайн-поддержки для клиентов и компании?
3. Какие методы обслуживания клиентов доступны через интернет?
4. Какие практические примеры вы можете назвать, демонстрирующие успешное управление имиджем через цифровые каналы?

Подпись преподавателя _____ **Подпись заведующего кафедрой** _____

Вопросы рубежного контроля (вторая аттестация)

1. Какие новые технологии и тренды оказывают наибольшее влияние на сферу цифровых коммуникаций?
2. Почему важно для компаний адаптироваться к меняющимся трендам в цифровой среде?
3. Какие изменения в поведении потребителей могут повлиять на тренды в цифровых коммуникациях?
4. Какие возможности предоставляют виртуальная реальность и дополненная реальность для цифровых коммуникаций?
5. Какие примеры успешного использования VR и AR в бизнесе вы можете назвать?
6. Каким образом компании могут использовать VR и AR для взаимодействия с клиентами и повышения вовлеченности?
7. Что включает в себя стратегия кризисного управления в цифровой среде?
8. Какие методы коммуникаций помогают эффективно справляться с кризисами и негативными событиями?
9. Как цифровые коммуникации могут влиять на результаты кризисного управления?
10. Какие способы повышения открытия и кликов на рассылки могут быть использованы в email-маркетинге?
11. Как можно балансировать между частотой рассылок и сохранением интереса аудитории?

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа "БИН-23" Семестр "2"
Дисциплина "ЦК в экономике"
Билет № 1

1. Какие возможности предоставляют виртуальная реальность и дополненная реальность для цифровых коммуникаций?
2. Какие примеры успешного использования VR и AR в бизнесе вы можете назвать?
3. Каким образом компании могут использовать VR и AR для взаимодействия с клиентами и повышения вовлеченности?
4. Что включает в себя стратегия кризисного управления в цифровой среде?

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

7.2. Вопросы к итоговой аттестации (экзамен)

2. Какие основные характеристики определяют цифровые коммуникации?
3. Почему цифровые коммуникации считаются ключевыми для современной экономики?
4. Какие плюсы и минусы существуют в использовании цифровых коммуникаций в бизнесе?
5. Какие основные платформы социальных медиа наиболее популярны среди бизнеса?
6. Какие преимущества может получить компания, активно используя социальные медиа для коммуникации с клиентами?
7. Как социальные медиа влияют на формирование бренда компании?
8. Какие основные цели могут быть достигнуты через email-маркетинг?
9. В чем заключается значимость создания релевантного и персонализированного контента для email-рассылок?
10. Какие факторы могут повысить или снизить эффективность email-маркетинга?
11. Какие каналы и платформы используются для интернет-рекламы?
12. Что такое контекстная реклама и как она адаптируется под интересы пользователей?
13. Какие показатели используются для оценки эффективности интернет-рекламы?
14. Какие методы обслуживания клиентов доступны через интернет?
15. В чем состоит преимущество использования онлайн-поддержки для клиентов и компании?
16. Какие навыки важны при проведении онлайн-консультаций с клиентами?
17. Как цифровые коммуникации могут влиять на восприятие бренда компании?
18. Какие методы используются для управления онлайн-репутацией и улучшения имиджа бренда?
19. Какие практические примеры вы можете назвать, демонстрирующие успешное управление имиджем через цифровые каналы?
20. Какие новые технологии и тренды оказывают наибольшее влияние на сферу цифровых коммуникаций?
21. Почему важно для компаний адаптироваться к меняющимся трендам в цифровой среде?
22. Какие изменения в поведении потребителей могут повлиять на тренды в цифровых коммуникациях?
23. Какие возможности предоставляют виртуальная реальность и дополненная реальность для цифровых коммуникаций?
24. Какие примеры успешного использования VR и AR в бизнесе вы можете назвать?
25. Каким образом компании могут использовать VR и AR для взаимодействия с клиентами и повышения вовлеченности?
26. Что включает в себя стратегия кризисного управления в цифровой среде?
27. Какие методы коммуникаций помогают эффективно справляться с кризисами и негативными событиями?

28. Как цифровые коммуникации могут влиять на результаты кризисного управления?
29. Какие способы повышения открытия и кликов на рассылки могут быть использованы в email-маркетинге?
30. Как можно балансировать между частотой рассылок и сохранением интереса аудитории?

Образец билета к экзамену

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа "БИН-23" Семестр "2"
Дисциплина "ЦК в экономике"
Билет № 1

1. Что такое контекстная реклама и как она адаптируется под интересы пользователей?
2. Какие основные цели могут быть достигнуты через email-маркетинг?
3. Какие навыки важны при проведении онлайн-консультаций с клиентами?
4. В чем состоит преимущество использования онлайн-поддержки для клиентов и компании?
5. Какие факторы могут повлиять или снизить эффективность email-маркетинга?

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

7.3. Лабораторные работы

Лабораторная работа 1. Основы электронной почты и эффективного коммуникационного процесса

Лабораторная работа 2. Онлайн-совещания и виртуальные конференции.

Лабораторная работа 3. Социальные сети и их роль в бизнес-коммуникациях

Лабораторная работа 4. Основы визуальной коммуникации

Лабораторная работа 5. Анализ электронных рекламных кампаний

Лабораторная работа 6. Электронная коммуникация в международном бизнесе.

Лабораторная работа 7. Email-маркетинг и его эффективность

Лабораторная работа 8. Влияние цифровых коммуникаций на формирование бренда

Лабораторная работа 9. Онлайн-обслуживание клиентов

Лабораторная работа 10. Анализ трендов в цифровых коммуникациях

Лабораторная работа 1. Основы электронной почты и эффективного коммуникационного процесса

Цель работы: Изучение основных принципов электронной почты и разработка навыков написания эффективных коммуникационных писем.

Необходимые материалы: Компьютер с доступом в интернет, электронная почта (например, Gmail, Outlook и т.д.).

Шаги выполнения:

1: Введение в электронную почту и её роль в коммуникациях

1.1. Ознакомьтесь с теоретическим материалом о роли электронной почты в современных коммуникациях и бизнесе.

1.2. Проведите краткое исследование о плюсах и минусах использования электронной почты в сравнении с традиционными формами коммуникаций.

2: Создание электронной почты и отправка первого письма

2.1. Если у вас ещё нет адреса электронной почты, зарегистрируйтесь на платформе электронной почты (например, Gmail).

2.2. Войдите в вашу новую почту, ознакомьтесь с интерфейсом.

2.3. Напишите и отправьте простое приветственное письмо другу или преподавателю.

Убедитесь, что вы правильно указали адресата, тему и текст письма.

3: Оформление эффективного коммуникационного письма

3.1. Изучите принципы оформления эффективных коммуникационных писем, таких как краткость, ясность, понятная структура.

3.2. Выберите тему письма, связанную с вашими учебными или профессиональными интересами.

3.3. Составьте план письма, включающий в себя вступление, основную информацию и заключение.

3.4. Напишите письмо согласно плану. Уделите внимание корректности грамматики и орфографии.

4: Оценка эффективности письма

4.1. Отправьте написанное вами письмо на электронную почту друга или однокурсника.

4.2. Попросите получателя оценить письмо с точки зрения ясности информации, структуры и общей эффективности коммуникации.

5: Рефлексия и анализ

5.1. Напишите краткое рефлексивное эссе о том, что вы узнали из этой лабораторной работы. Обсудите свой опыт написания электронного письма и взаимодействия с другими через этот канал коммуникации.

5.2. Проанализируйте полученную обратную связь от друга или однокурсника по поводу вашего письма. Какие аспекты были оценены положительно, а какие можно было бы улучшить?

6: Заключение

6.1. Составьте заключение, в котором подытожите основные уроки, полученные в ходе выполнения лабораторной работы, и обозначьте значимость эффективной электронной коммуникации в современном бизнесе.

Примечание: важно следить за соблюдением правил электронной безопасности и конфиденциальности при отправке писем и обмене информацией через электронную почту.

7.4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания.

Таблица 6

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	менее 41 баллов (неудовлетворительно)	41-60 баллов (удовлетворительно)	61-80 баллов (хорошо)	81-100 баллов (отлично)	
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом					
Знать приемы и методы исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Вопросы контроля Презентация Лабораторная работа
Уметь анализировать рынок информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть основными методами рационального решения для управления бизнесом	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

ОПК-4 Способен использовать информацию, методы и программные средства ее сбора, обработки и анализа для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений

<p>Знать методы и программные средства обработки и анализа информации для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений.</p>	<p>Фрагментарные знания</p>	<p>Неполные знания</p>	<p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>	<p>Сформированные систематические знания</p>	<p>Вопросы контроля Презентация Лабораторная работа</p>
<p>Уметь использовать программные средства обработки и анализа информации для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений.</p>	<p>Частичные умения</p>	<p>Неполные умения</p>	<p>Умения полные, допускаются небольшие ошибки</p>	<p>Сформированные умения</p>	
<p>Владеть программными средствами обработки и анализа информации для информационно - аналитической поддержки принятия управленческих решений</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	

8. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения текущей аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При тестировании для слабовидящих студентов используются фонды оценочных средств с укрупненным шрифтом. На экзамен приглашается сопровождающий, который обеспечивает техническое сопровождение студенту. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене (или зачете). Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья и обучающиеся инвалиды обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебные пособия для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по зрению:**

- **для слепых:** задания для выполнения на семинарах и практических занятиях оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом; письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых либо надиктовываются ассистенту; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

- **для слабовидящих:** обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; задания для выполнения заданий оформляются увеличенным шрифтом;

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по слуху:**

- **для глухих и слабослышащих:** обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; предоставляются услуги сурдопереводчика;

- **для слепоглухих** допускается присутствие ассистента, оказывающего услуги тифлосурдопереводчика (помимо требований, выполняемых соответственно для слепых и глухих);

3) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих лекции и семинары, проводимые в устной форме, проводятся в письменной форме;

4) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, **имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:**

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата, нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей: письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту; выполнение заданий (тестов, контрольных работ), проводимые в письменной форме, проводятся в устной форме путем опроса, беседы с обучающимся.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Основная литература

1. Зверева О.В. Цифровой маркетинг: технологии и методы. — М.: Юрайт, 2020.
2. Васильев Г.Н. Современный маркетинг. — М.: ИНФРА-М, 2021.
3. Бурдяк А.Я. Социальные медиа: инструменты и технологии цифрового маркетинга. — М.: Юрайт, 2018.
4. Рябова Е.С., Солодухина Д.В. Социальные медиа как инструмент взаимодействия с клиентами: анализ, стратегии, практика. — М.: Эксмо, 2020.
5. Земскова Е.И., Крутова В.В., Назарова О.Н. Цифровые коммуникации в бизнесе. — М.: КноРус, 2019.
6. Колесникова И.В. Электронная коммерция и интернет-маркетинг. — М.: ИНФРА-М, 2021.
7. Пантелеев П.С. Email-маркетинг в бизнесе и научных исследованиях. — М.: МГИМО-Университет, 2018.
8. Денисов Н.В., Гореликова Т.В. Интернет-реклама. Технологии и методы. — М.: Юрайт, 2020.
9. Мазнева Н.А., Мазнев А.В. Контент-маркетинг в цифровой экономике. — М.: Проспект, 2019.
10. Маковецкая И.А. Онлайн-обслуживание клиентов в сфере высшего образования: опыт, проблемы, перспективы. — М.: Логос, 2021.

9.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (приложение)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

10.1. Материально-техническая база

Лекционная аудитория, оснащенная компьютером, видеопроекционным оборудованием, в том числе для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном.

Мультимедийные средства и другая техника для презентаций учебного материала, офисный пакет программ MSWindows (MS Excel, MSWord)

10.2. Помещения для самостоятельной работы

Помещение для самостоятельной работы (Главный учебный корпус ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический университет» 364902, Чеченская республика, г. Грозный, проспект им. Х.А. Исаева, 100. Аудитория оснащена необходимой компьютерной техникой, в наличии есть необходимое ПО: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeStd RUS OLP NL Acdmc (право на использование согласно Контракту № 267-ЭА/19 от 15.09.2019 г.) Система ГАРАНТ (проприетарная лицензия) Visual Studio-(Freemium) 1С Предприятие договор от 02.12.2020 регистрационные номера продуктов (9334859; 9334952) Sublime Text- (открытый доступ) Notepad++ (открытый доступ)

**Методические указания по освоению дисциплины
«Цифровые коммуникации в экономике»**

1. Методические указания для обучающихся по планированию и организации времени, необходимого для освоения дисциплины.

Изучение рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, ее структурой и содержанием разделов (модулей), фондом оценочных средств, ознакомиться с учебно-методическим и информационным обеспечением дисциплины.

Дисциплина «Цифровые коммуникации в экономике» состоит из 2 связанных между собой разделов, обеспечивающих последовательное изучение материала.

Обучение по дисциплине «Цифровые коммуникации в экономике» осуществляется в следующих формах:

1. Аудиторные занятия (лекции, лабораторные работы).
2. Самостоятельная работа студента (подготовка к лекциям, лабораторным работам, презентациям и иным формам письменных работ, индивидуальная консультация с преподавателем).
3. Интерактивные формы проведения занятий (лекция-дискуссия, групповое решение кейса и др. формы).

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждой лабораторной работе и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме. Обучающиеся самостоятельно проводят предварительную подготовку к занятию, принимают активное и творческое участие в обсуждении теоретических вопросов, разборе проблемных ситуаций и поисков путей их решения. Многие проблемы, изучаемые в курсе, носят дискуссионный характер, что предполагает интерактивный характер проведения занятий на конкретных примерах.

При изучении курса следует внимательно слушать и конспектировать материал, излагаемый на аудиторных занятиях. Для его понимания и качественного усвоения рекомендуется следующая последовательность действий:

1. После окончания учебных занятий для закрепления материала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня, разобрать рассмотренные примеры (10 – 15 минут).
2. При подготовке к лекции следующего дня повторить текст предыдущей лекции, подумать о том, какая может быть следующая тема (10 - 15 минут).
3. В течение недели выбрать время для работы с литературой в библиотеке (по 1 часу).
4. При подготовке к лабораторной работе повторить основные понятия по теме, изучить примеры. Решая конкретную ситуацию, - предварительно понять, какой теоретический материал нужно использовать. Наметить план решения, попробовать на его основе решить 1 - 2 практические ситуации.

2. Методические указания по работе обучающихся во время проведения лекций.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Для студентов в большинстве случаев в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию.

Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления, или процессов, выводы и практические рекомендации.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большей степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям.

Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает преподаватель, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, необходимо использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал преподаватель. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Тематика лекций дается в рабочей программе дисциплины.

3. Методические указания обучающимся по подготовке к лабораторным занятиям.

На лабораторных занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к практическому занятию:

1. Ознакомление с планом практической работы, который отражает содержание предложенной темы;

2. Проработать конспект лекций;

3. Прочитать основную и дополнительную литературу.

В процессе подготовки к лабораторным работам, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов отношение к конкретной проблеме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса;

4. Ответить на вопросы плана лабораторной работы;

5. Выполнить домашнее задание;

6. Проработать тестовые задания и задачи;

7. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания и иные задания, которые даются в фонде оценочных средств дисциплины.

4. Методические указания обучающимся по организации самостоятельной работы.

Цель организации самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые коммуникации в экономике» — это углубление и расширение знаний в области экономических и технических наук; формирование навыка и интереса к самостоятельной познавательной деятельности.

Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к контрольной работе. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, практического применения полученных знаний.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Подготовка к лабораторному занятию включает, кроме проработки конспекта и презентации лекции, поиск литературы (по рекомендованным спискам и самостоятельно), подготовку заготовок для выступлений по вопросам, выносимым для обсуждения по конкретной теме. Такие заготовки могут включать цитаты, факты, сопоставление различных позиций, собственные мысли. Если проблема заинтересовала обучающегося, он может подготовить реферат и выступить с ним на практическом занятии. Лабораторное занятие - это, прежде всего, дискуссия, обсуждение конкретной ситуации, то есть предполагает умение внимательно слушать членов малой группы и модератора, а также стараться высказать свое мнение, высказывать собственные идеи и предложения, уточнять задавать вопросы коллегам по обсуждению.

При подготовке к контрольной работе обучающийся должен повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, используя конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. При необходимости можно обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях, лабораторных занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Составитель:

Ассистент каф. «ИСЭ»



/Ахмадова Л.Л./

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей каф. «ИСЭ»



/Магомаева Л.Р./

Директор ДУМР

/Магомаева М.А./