Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования
"Сибирский институт бизнеса и информационных технологий"

Подписано цифровой подписью:
АНОО ВО "СИБИТ"
Причина: Я являюсь автором этого документа
DN: ИНН ЮЛ=7707329152, E=uc@tax.gov.ru, ОГРН=1047707030513, C=RU, S=77 Москва, L=г. Москва, STREET="ул. Неглинная, д. 23", O=Федеральная налоговая служба, CN=Федеральная налоговая служба

УТВЕРЖДЕНО
Ректор
Родионов М. Г.
Приказ от 28.10.2026 № 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И МЕДИА»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 39.03.03 Организация работы с молодежью

Направленность (профиль) подготовки: Государственная молодежная политика

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2027

Срок получения образования:

Очная форма обучения – 4 года
Очно-заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)
Заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем:

в зачетных единицах: 4 з.е.
в академических часах: 144 ак.ч.

г. Омск, 2026

Разработчики:
Старший преподаватель, департамент очного обучения
Зеленская Н. И.

Разработчики:
Ковалев А.И., профессор, профессор кафедры «Экономика и менеджмент» Омского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», д.э.н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.03 Организация работы с молодежью, утвержденного приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 77, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Социолог: специалист по фундаментальным и прикладным социологическим исследованиям", утвержден приказом Минтруда России от 21.10.2021 № 751н; "Специалист по социальной работе", утвержден приказом Минтруда России от 06.09.2024 № 455н; "Специалист по оказанию государственных услуг в области занятости населения", утвержден приказом Минтруда России от 20.09.2021 № 642н; "Специалист по работе с молодежью", утвержден приказом Минтруда России от 11.11.2025 № 640н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Руководитель образовательной программы		Симонова Н. Ю.	Согласовано	28.10.2026, № 2

Содержание

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины в структуре ОП
4. Объем дисциплины и виды учебной работы
5. Содержание дисциплины
   5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
   5.2. Содержание разделов, тем дисциплины
6. Рекомендуемые образовательные технологии
7. Порядок проведения промежуточной аттестации
8. Оценочные материалы текущего контроля
9. Оценочные материалы промежуточной аттестации
10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
   10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы
   10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся
   10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
   10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование
11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)
Приложения 1–6

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование у студентов знаний и практических навыков разработки и реализации коммуникационной политики органов и организаций сферы молодёжной политики в цифровой среде: ведения SMM и контент-маркетинга, производства мультимедийного контента, поисковой оптимизации сайтов, работы с системами веб-аналитики и оценки медийных показателей; развитие навыков командной работы, деловой коммуникации и принятия решений на основе данных.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение особенностей цифровой коммуникационной среды и медиапотребления молодёжи;
- освоение технологий SMM и контент-маркетинга, методики разработки SMM-стратегии и контент-плана;
- приобретение навыков производства мультимедийного контента (текст, изображение, видео, аудио);
- изучение основ поисковой оптимизации (SEO) для новостных порталов и сайтов ведомств;
- формирование умений работать с системами веб-аналитики и анализировать медийные показатели;
- освоение правовых и этических норм цифровых коммуникаций органов и организаций молодёжной политики.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-6 Способен осуществлять коммуникационную политику с целью формирования и развития рынка социальных услуг молодежи, привлечения внимания к социальным проблемам молодежи, формирования позитивного имиджа работы с молодежью

ПК-6.1 Знает основные коммуникационные каналы, применяемые в молодежной среде, принципы формирования позитивного имиджа и репутационного менеджмента в социальной сфере, цифровые сервисы в развитии рынка социальных услуг

Знать:

ПК-6.1/Зн4 Технологии SMM и контент-маркетинга

ПК-6.1/Зн5 Основы производства мультимедийного контента

ПК-6.1/Зн6 Знание основ поисковой оптимизации (SEO) для новостных порталов и сайтов ведомств

ПК-6.2 Умеет формулировать коммуникационные цели и задачи под конкретную проблему или услугу, создавать и адаптировать сообщения под разные каналы и аудитории

Уметь:

ПК-6.2/Ум4 Разрабатывать и реализовывать SMM-стратегию

ПК-6.2/Ум5 Работать с системами веб-аналитики

ПК-6.2/Ум6 Анализировать медийные показатели

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Цифровые коммуникации и медиа» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 7, Очно-заочная форма обучения - 8, Заочная форма обучения - 8.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Практикум по государственной молодежной политике;

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

PR-технологии в молодежной политике;

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы;

Практикум по государственной молодежной политике;

производственная практика (преддипломная);

Технологии продвижения и брендинга в молодежной среде.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудо-емкость (часы)	Общая трудо-емкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консуль-тации (часы)	Лекции (часы)	Практи-ческие занятия (часы)	Самостоя-тельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	144	4	56	2	18	36	79	Зачет (9)
Всего	144	4	56	2	18	36	79	9

Очно-заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудо-емкость (часы)	Общая трудо-емкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консуль-тации (часы)	Лекции (часы)	Практи-ческие занятия (часы)	Самостоя-тельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Восьмой семестр	144	4	52	4	24	24	88	Зачет (4)
Всего	144	4	52	4	24	24	88	4

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудо-емкость (часы)	Общая трудо-емкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консуль-тации (часы)	Лекции (часы)	Практи-ческие занятия (часы)	Самостоя-тельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Восьмой семестр	144	4	12	4	4	4	128	Зачет (4)
Всего	144	4	12	4	4	4	128	4

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Конс.	Лек.	Практ.	СР	Планируемые результаты обучения
Раздел 1. Основы цифровых коммуникаций и медиа	**40**		**6**	**10**	**24**	**ПК-6.1 ПК-6.2**
Тема 1.1. Цифровая коммуникационная среда и медиаландшафт молодёжи	14		2	4	8	
Тема 1.2. Каналы и форматы цифровых коммуникаций ведомств в сфере молодёжной политики	14		2	4	8	
Тема 1.3. Правовые и этические основы цифровых коммуникаций	12		2	2	8	

Наименование раздела, темы	Всего	Конс.	Лек.	Практ.	СР	Планируемые результаты обучения
Раздел 2. SMM и контент-маркетинг в молодёжной политике	**56**		**8**	**16**	**32**	**ПК-6.1 ПК-6.2**
Тема 2.1. SMM-стратегия: цели, аудитория, позиционирование, KPI	14		2	4	8	
Тема 2.2. Контент-стратегия и контент-план	14		2	4	8	
Тема 2.3. Производство мультимедийного контента	14		2	4	8	
Тема 2.4. Комьюнити-менеджмент, модерация и антикризисные коммуникации	14		2	4	8	
Раздел 3. Поисковая оптимизация, веб-аналитика и медийные показатели	**39**	**2**	**4**	**10**	**23**	**ПК-6.1 ПК-6.2**
Тема 3.1. SEO для новостных порталов и сайтов ведомств	14		2	4	8	
Тема 3.2. Системы веб-аналитики	14		2	4	8	
Тема 3.3. Медийные показатели, оценка эффективности и отчётность	11	2		2	7	
Итого	**135**	**2**	**18**	**36**	**79**	

Очно-заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Конс.	Лек.	Практ.	СР	Планируемые результаты обучения
Раздел 1. Основы цифровых коммуникаций и медиа	**41**		**8**	**6**	**27**	**ПК-6.1 ПК-6.2**
Тема 1.1. Цифровая коммуникационная среда и медиаландшафт молодёжи	14		3	2	9	
Тема 1.2. Каналы и форматы цифровых коммуникаций ведомств в сфере молодёжной политики	14		3	2	9	
Тема 1.3. Правовые и этические основы цифровых коммуникаций	13		2	2	9	
Раздел 2. SMM и контент-маркетинг в молодёжной политике	**52**		**8**	**8**	**36**	**ПК-6.1 ПК-6.2**
Тема 2.1. SMM-стратегия: цели, аудитория, позиционирование, KPI	13		2	2	9	
Тема 2.2. Контент-стратегия и контент-план	13		2	2	9	
Тема 2.3. Производство мультимедийного контента	13		2	2	9	
Тема 2.4. Комьюнити-менеджмент, модерация и антикризисные коммуникации	13		2	2	9	
Раздел 3. Поисковая оптимизация, веб-аналитика и медийные показатели	**47**	**4**	**8**	**10**	**25**	**ПК-6.1 ПК-6.2**
Тема 3.1. SEO для новостных порталов и сайтов ведомств	13		2	2	9	
Тема 3.2. Системы веб-аналитики	15		3	4	8	
Тема 3.3. Медийные показатели, оценка эффективности и отчётность	19	4	3	4	8	
Итого	**140**	**4**	**24**	**24**	**88**	

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Конс.	Лек.	Практ.	СР	Планируемые результаты обучения
Раздел 1. Основы цифровых коммуникаций и медиа	**41**		**2**		**39**	**ПК-6.1 ПК-6.2**

Наименование раздела, темы	Всего	Конс.	Лек.	Практ.	СР	Планируемые результаты обучения
Тема 1.1. Цифровая коммуникационная среда и медиаландшафт молодёжи	15		2		13	
Тема 1.2. Каналы и форматы цифровых коммуникаций ведомств в сфере молодёжной политики	13				13	
Тема 1.3. Правовые и этические основы цифровых коммуникаций	13				13	
Раздел 2. SMM и контент-маркетинг в молодёжной политике	**56**		**2**	**2**	**52**	**ПК-6.1 ПК-6.2**
Тема 2.1. SMM-стратегия: цели, аудитория, позиционирование, KPI	15		2		13	
Тема 2.2. Контент-стратегия и контент-план	15			2	13	
Тема 2.3. Производство мультимедийного контента	13				13	
Тема 2.4. Комьюнити-менеджмент, модерация и антикризисные коммуникации	13				13	
Раздел 3. Поисковая оптимизация, веб-аналитика и медийные показатели	**43**	**4**		**2**	**37**	**ПК-6.1 ПК-6.2**
Тема 3.1. SEO для новостных порталов и сайтов ведомств	13				13	
Тема 3.2. Системы веб-аналитики	13				13	
Тема 3.3. Медийные показатели, оценка эффективности и отчётность	17	4		2	11	
Итого	**140**	**4**	**4**	**4**	**128**	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Основы цифровых коммуникаций и медиа

Тема 1.1. Цифровая коммуникационная среда и медиаландшафт молодёжи

Понятие цифровых коммуникаций и цифровых медиа. Особенности коммуникации в цифровой среде: интерактивность, мультимедийность, персонализация, скорость распространения. Модели коммуникации в интернете.

Медиапотребление молодёжи: платформы, форматы, устройства, поведенческие паттерны. Типология медиа по модели PESO: собственные (owned), заработанные (earned), платные (paid) и разделяемые (shared) каналы. Алгоритмические ленты и рекомендательные системы, «информационные пузыри».

Российский медиаландшафт: социальные сети, мессенджеры, видеохостинги, новостные агрегаторы.

Тема 1.2. Каналы и форматы цифровых коммуникаций ведомств в сфере молодёжной политики

Официальные сайты, страницы в социальных сетях (госпаблики), каналы в мессенджерах, рассылки, видеоканалы, подкасты, чат-боты. Особенности ведения официальных аккаунтов органов власти, подведомственных учреждений и молодёжных центров.

Тональность коммуникации (tone of voice), адаптация сообщений к платформам и аудиториям. Диалог с молодёжью: обратная связь, комментарии, обращения граждан.

Тема 1.3. Правовые и этические основы цифровых коммуникаций

Нормативное регулирование цифровых коммуникаций: Федеральные законы «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О персональных данных», «О рекламе» (маркировка рекламы в интернете), «О защите детей от информации,

причиняющей вред их здоровью и развитию», «О молодёжной политике в Российской Федерации», «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов».

Авторские права на тексты, изображения, видео и музыку. Изображение гражданина (ст. 152.1 ГК РФ). Этика коммуникации с несовершеннолетними, противодействие дезинформации и кибербуллингу, цифровая безопасность аккаунтов.

Раздел 2. SMM и контент-маркетинг в молодёжной политике

Тема 2.1. SMM-стратегия: цели, аудитория, позиционирование, KPI

Этапы разработки SMM-стратегии: аудит текущего присутствия, постановка целей (SMART), сегментация и портреты целевых аудиторий, анализ аналогов и конкурентов, позиционирование, выбор платформ, ресурсы и бюджет, дорожная карта.

Воронка вовлечения и путь молодого человека (CJM). Система KPI: охват, вовлечённость, рост аудитории, конверсия в участие в проектах и мероприятиях. Оценка рисков стратегии.

Тема 2.2. Контент-стратегия и контент-план

Контент-маркетинг: понятие, виды, функции. Рубрикатор и форматы, соотношение информационного, полезного, вовлекающего и имиджевого контента. Редакционная политика, календарь публикаций, регламент согласования.

Сторителлинг, пользовательский контент (UGC), работа с амбассадорами и лидерами мнений. Использование нейросетевых инструментов при создании контента: возможности, ограничения, этика.

Тема 2.3. Производство мультимедийного контента

Текст для социальных сетей и сайтов: заголовок, лид, структура, редактура. Фотография и инфографика: композиция, принципы визуальной идентичности. Видео: короткие вертикальные ролики, сценарий, монтаж, субтитры. Аудио и подкасты. Мультимедийный лонгрид.

Графические, видео- и аудиоредакторы (включая отечественные). Технические требования платформ. Доступность контента: субтитры, альтернативный текст, контраст.

Тема 2.4. Комьюнити-менеджмент, модерация и антикризисные коммуникации

Задачи комьюнити-менеджера. Правила сообщества, модерация, работа с комментариями и негативом, чат-боты.

Кризисы в социальных сетях: виды, алгоритм реагирования, работа с фейками и «штормом» в комментариях, шаблоны ответов. Мониторинг упоминаний и репутации.

Раздел 3. Поисковая оптимизация, веб-аналитика и медийные показатели

Тема 3.1. SEO для новостных порталов и сайтов ведомств

Принципы работы поисковых систем: индексация и ранжирование. Семантическое ядро, кластеризация запросов, интент пользователя.

Внутренняя оптимизация: title и description, заголовки H1–H3, адресация страниц, структура сайта, микроразметка Schema.org, скорость загрузки, мобильная адаптация, перелинковка. Внешние факторы. Особенности сайтов ведомств и новостных ресурсов: оперативность, уникальность, доступность, запросы граждан. Инструменты вебмастеров поисковых систем.

Тема 3.2. Системы веб-аналитики

Системы веб-аналитики (Яндекс Метрика и аналоги). Основные показатели: пользователи, визиты, источники трафика, отказы, глубина просмотра, время на сайте, цели и конверсии. UTM-метки, воронки, карты кликов и записи сессий, когортный анализ.

Аналитика социальных сетей и мессенджеров: встроенная статистика, сервисы аналитики каналов. Построение дашбордов. Соблюдение требований законодательства о персональных данных при сборе аналитики.

Тема 3.3. Медийные показатели, оценка эффективности и отчётность

Медийные показатели: охват (reach), показы (impressions), частота (frequency), GRP, вовлечённость (ER), CTR, CPM, CPC, CPA, ROMI, доля голоса (SoV), тональность. Исследования аудитории и источники медиаданных. A/B-тестирование.

Подготовка аналитического отчёта и презентации SMM-стратегии: структура, визуализация данных, выводы и рекомендации.

6. Рекомендуемые образовательные технологии

При преподавании дисциплины применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;
- лекции с разбором практических ситуаций;
- лекции-визуализации с демонстрацией работы сервисов аналитики.

Семинарские занятия по дисциплине ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;

2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);

3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине;

4) практикум в компьютерном классе: работа с редакторами, сервисами аналитики и инструментами вебмастера, разработка контент-плана и SMM-стратегии на материале реальных страниц организаций.

На семинарских занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

При необходимости занятия проводятся с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в электронной информационно-образовательной среде института (СДО Moodle).

7. Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация: Очная форма обучения, Зачет, Седьмой семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Очно-заочная форма обучения, Зачет, Восьмой семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Промежуточная аттестация: Заочная форма обучения, Зачет, Восьмой семестр.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

8. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Основы цифровых коммуникаций и медиа

Контролируемые ИДК: ПК-6.1 ПК-6.2

Тема 1.1. Цифровая коммуникационная среда и медиаландшафт молодёжи

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:
   а) ведение конспекта лекций,
   б) уровень освоения теоретического материала,
   в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.
3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Чем цифровые коммуникации отличаются от традиционных?
2. Особенности медиапотребления молодёжи (поколение Z).
3. Модель PESO и её применение в работе органа молодёжной политики.
4. Роль алгоритмов в распространении сообщений.

Практические задания:

1. Составить карту каналов коммуникации с молодёжью региона (платформа, аудитория, формат, цель присутствия).

Тема 1.2. Каналы и форматы цифровых коммуникаций ведомств в сфере молодёжной политики

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:
   а) ведение конспекта лекций,
   б) уровень освоения теоретического материала,
   в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Сравнение возможностей платформ (ВКонтакте, Telegram, RuTube, Дзен, MAX) для задач молодёжной политики.
2. Требования к ведению официальных страниц государственных органов и организаций.
3. Как адаптировать одно сообщение под разные каналы и аудитории?
4. Организация обратной связи и работы с обращениями в цифровых каналах.

Практические задания:

1. Провести аудит официальной страницы молодёжного центра или ведомства по чек-листу (оформление, регулярность, форматы, вовлечённость, обратная связь).

Тема 1.3. Правовые и этические основы цифровых коммуникаций

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:
   а) ведение конспекта лекций,
   б) уровень освоения теоретического материала,
   в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.
3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие данные нельзя публиковать без согласия субъекта персональных данных?
2. Маркировка рекламы в социальных сетях: кто и что обязан маркировать?
3. Авторские права на фото-, видео- и музыкальный контент.
4. Этические принципы публикации материалов с участием несовершеннолетних.

Практические задания:

1. Подготовить памятку «Правила публикации контента» для молодёжного центра.

Раздел 2. SMM и контент-маркетинг в молодёжной политике

Контролируемые ИДК: ПК-6.1 ПК-6.2

Тема 2.1. SMM-стратегия: цели, аудитория, позиционирование, KPI

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:
   а) ведение конспекта лекций,
   б) уровень освоения теоретического материала,
   в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.
3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Структура и логика SMM-стратегии.
2. Как сформулировать SMART-цели для официального сообщества?
3. Построение портрета целевой аудитории и карты пути (CJM).
4. Выбор KPI и источников данных для их измерения.

Практические задания:

1. Разработать цели и систему KPI SMM-стратегии для выбранного проекта молодёжной политики.

Тема 2.2. Контент-стратегия и контент-план

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:
   а) ведение конспекта лекций,
   б) уровень освоения теоретического материала,
   в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.
3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Как построить рубрикатор сообщества?
2. Сторителлинг в коммуникациях молодёжного проекта.
3. Работа с амбассадорами и блогерами: критерии выбора, формат сотрудничества.
4. Допустимое использование ИИ-инструментов в подготовке контента.

Практические задания:

1. Составить контент-план на месяц для страницы молодёжного проекта (не менее 12 публикаций в разных форматах).

Тема 2.3. Производство мультимедийного контента

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:
   а) ведение конспекта лекций,
   б) уровень освоения теоретического материала,
   в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.
3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Структура новостного поста и правила заголовка.
2. Принципы создания короткого вертикального видео.
3. Визуальная идентичность проекта: фирменные цвета, шрифты, шаблоны.
4. Как сделать контент доступным для людей с ограничениями здоровья?

Практические задания:

1. Подготовить мультимедийный пакет: пост, инфографику и сценарий ролика на 30–45 секунд по теме молодёжного мероприятия.

Тема 2.4. Комьюнити-менеджмент, модерация и антикризисные коммуникации

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,
б) уровень освоения теоретического материала,
в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Содержание правил сообщества и порядок их применения.
2. Алгоритм реагирования на негативные комментарии и «шторм».
3. Структура антикризисного плана коммуникаций.
4. Инструменты мониторинга упоминаний и тональности.

Практические задания:

1. Разработать регламент модерации и три сценария реагирования на кризисные ситуации в сообществе молодёжного центра.

Раздел 3. Поисковая оптимизация, веб-аналитика и медийные показатели

Контролируемые ИДК: ПК-6.1 ПК-6.2

Тема 3.1. SEO для новостных порталов и сайтов ведомств

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:
   а) ведение конспекта лекций,
   б) уровень освоения теоретического материала,
   в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.
3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Как работают индексация и ранжирование?
2. Этапы сбора и кластеризации семантического ядра.
3. Элементы внутренней оптимизации страницы.
4. Особенности SEO для новостного раздела сайта ведомства.

Практические задания:

1. Провести SEO-аудит страницы сайта ведомства и собрать мини-семантику (не менее 30 запросов) для новостного раздела.

Тема 3.2. Системы веб-аналитики

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:
   а) ведение конспекта лекций,
   б) уровень освоения теоретического материала,
   в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.
3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Для чего используются UTM-метки?
2. Как настроить цели и конверсии?
3. Показатели поведения пользователей на сайте и их интерпретация.

4. Какие показатели вынести на дашборд для руководителя?

Практические задания:

1. Разработать систему UTM-меток и целей для кампании по привлечению молодёжи к мероприятию; построить макет дашборда.

Тема 3.3. Медийные показатели, оценка эффективности и отчётность

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
   а) посещение лекционных и практических занятий,
   б) соблюдение дисциплины.
2. Работа на лекционных занятиях:
   а) ведение конспекта лекций,
   б) уровень освоения теоретического материала,
   в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.
3. Работа на практических занятиях.

Вопросы для обсуждения:

1. Чем отличаются охват и показы?
2. Расчёт и интерпретация ER, CTR, CPM, CPC.
3. Как провести A/B-тест публикации?
4. Структура аналитического отчёта и презентации результатов.

Практические задания:

1. Рассчитать медийные показатели по предложенному набору данных, подготовить аналитический отчёт и презентацию с рекомендациями.

9. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-6.1 ПК-6.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями
   тестовые задания представлены в приложении 6
2. Выполнение итоговой работы
   Задания для выполнения итоговой работы (вопросы к зачету, ситуационная задача) представлены в приложении 6

Очно-заочная форма обучения, Восьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-6.1 ПК-6.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями
   тестовые задания представлены в приложении 6
2. Выполнение итоговой работы
   Задания для выполнения итоговой работы (вопросы к зачету, ситуационная задача) представлены в приложении 6

Заочная форма обучения, Восьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-6.1 ПК-6.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями
   тестовые задания представлены в приложении 6
2. Выполнение итоговой работы
   Задания для выполнения итоговой работы (вопросы к зачету, ситуационная задача) представлены в приложении 6

10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Логинова, Ю.В. Основы digital-коммуникаций : учебник / Ю. В. Логинова; рецензенты: Т. С. Романишина, В. И. Кандалов; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — Москва: КНОРУС, 2025. — 200 с.: ил. — Библиогр.: с.184-198. — 1000 — ISBN 978-5-406-15589-9.
2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. — 2-е изд., пересмотр. — Москва: Дашков и К°, 2021. — 346 с. — (Учебные издания для бакалавров). — ISBN 978-5-394-04250-8. — Текст: электронный // Университетская библиотека online: [электронно-библиотечная система]. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274 (дата обращения: 27.10.2026). — Режим доступа: по подписке.

2. Назайкин, А. Н. Современное медиапланирование : учебное пособие / А. Н. Назайкин. — 4-е изд., расш. — Москва: Солон-пресс, 2025. — 448 с. — (Библиотека студента). — ISBN 978-5-91359-210-1. — Текст: непосредственный.

Дополнительная литература

1. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг: учебное пособие для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/book/smm-marketing-533003 (дата обращения: 27.10.2026).
2. Жильцова, О. Н. Интернет-маркетинг: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст: electronic // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/book/internet-marketing-535942 (дата обращения: 27.10.2026).
3. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544594 (дата обращения: 27.10.2026).
4. Солдатова, Г. У. Цифровая компетентность подростков и родителей: результаты всероссийского исследования / Г. У. Солдатова, Т. А. Нестик, Е. И. Рассказова, Е. Ю. Зотова. - Москва: Фонд Развития Интернет, 2013. - 144 с.

Нормативные правовые акты

1. Федеральный закон от 30.12.2020 № 489-ФЗ «О молодёжной политике в Российской Федерации».
2. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
3. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных».
4. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
5. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».

10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. http://www.ebiblioteka.ru - Базы данных East View

Ресурсы «Интернет»

1. http://www.sibit.sano.ru - Официальный сайт образовательной организации
2. http://do.sano.ru - Система дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle)
3. https://fadm.gov.ru - Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь)
4. https://wciom.ru - Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)
5. https://metrika.yandex.ru - Яндекс Метрика (справка и документация)
6. https://webmaster.yandex.ru - Яндекс Вебмастер (справка и документация)
7. https://www.mediascope.net - Mediascope: данные об аудитории медиа

10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При подготовке и проведении учебных занятий по дисциплине студентами и преподавателями используются следующие современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (http://www.biblioclub.ru).
2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (http://lib.sano.ru).
3. Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
4. Электронная справочная система ГИС Омск.

10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Институт располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Для лекций, семинаров (практических), групповых, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, ГИА

Мультимедийная учебная аудитория № 210

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 5 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Стол - 37 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 74 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows

Microsoft Windows 10 Pro
Microsoft Office Standart 2019
7-Zip 24.08(x64)

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория № 211

Перечень оборудования
Аудиоколонка - 5 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Стол - 27 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 54 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Windows 10 Pro
Microsoft Office Standart 2019
7-Zip 24.08(x64)

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория № 301

Перечень оборудования
Аудиоколонка - 2 шт.
Доска - 1 шт.
Персональный компьютер - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Стол - 18 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 36 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 1 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Windows 10 Pro
Microsoft Office Standart 2019
7-Zip 24.08(x64)
Adobe Reader 9.1 - Russian

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

Учебная аудитория № 302

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.
Стол - 18 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 36 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Трибуна - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.
Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория № 303

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Стол - 20 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 40 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 1 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.
Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория

Перечень оборудования

WEB-камера - 1 шт.
Аудиоколонка - 2 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Стол - 18 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 36 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 1 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Windows 10 Pro
Microsoft Office стандартный 2016
7-Zip 24.08(x64)
Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория № 312

Перечень оборудования
WEB-камера - 1 шт.
Аудиоколонка - 2 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 1 шт.
Экран - 1 шт.
Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Windows 10 Pro
Microsoft Office Standart 2019
7-Zip 24.08(x64)
Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория № 422

Перечень оборудования
Аудиоколонка - 2 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Интерактивная доска - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Стол - 13 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 26 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.
Экран - 1 шт.
Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Windows 10 Pro
Microsoft Office профессиональный плюс 2016
7-Zip 24.08(x64)
Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

Для семинаров (практических, лабораторных), консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, ГИА, НИР, курсового проектирования

Лаборатория экономических и информационных дисциплин № 402

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.
Персональный компьютер - 11 шт.
Стол - 13 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 16 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 1 шт.
Учебно-наглядные пособия - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Windows 10 Pro
Microsoft Office
Microsoft SQL 2010 Express
Lazarus
StarUML 5.0.2
Gimp
LibreOffice
Java 8 Update 381 (64-bit)
1С Предприятие 8.2. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
7-Zip 24.08(x64)
Far Manager 3 (x64)
Python Launcher
PDF24 Creator 11.18.0
PyCharm Community Edition 2023.2.1
Microsoft Visual C++ 2005 Redistributable - x64 8.0.61000
Ramus
ARIS EXPRESS
FreeCAD 0.19.4
GPL Ghostscript
Inkscape
iRidium Pro
Microsoft VSS Writer for SQL Server 2019
Pantum M6550NW Series
PowerShell 7
Scribus 1.4.8
Browser for SQL Server 2019

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Для лекций, семинаров (практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации

Мультимедийная учебная аудитория № 305

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Круглый стол - 3 шт.
Проектор - 1 шт.
Стол одноместный - 10 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 27 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Windows 10 Pro
Microsoft Office стандартный 2016
7-Zip 24.08(x64)

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

ВИДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Успешное освоение теоретического материала по дисциплине требует самостоятельной работы, нацеленной на усвоение лекционного теоретического материала, расширение и конкретизацию знаний по разнообразным вопросам дисциплины. Самостоятельная работа студентов предусматривает следующие виды:

1. Аудиторная самостоятельная работа студентов – выполнение на практических занятиях заданий, закрепляющих полученные теоретические знания либо расширяющие их, а также выполнение разнообразных контрольных заданий индивидуального или группового характера (подготовка устных докладов или сообщений о результатах выполнения заданий, выполнение самостоятельных проверочных работ по итогам изучения отдельных вопросов и тем дисциплины);

2. Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – подготовка к лекционным и практическим занятиям, повторение и закрепление ранее изученного теоретического материала, конспектирование учебных пособий и периодических изданий, изучение проблем, которые не выносятся на лекции, написание тематических рефератов, выполнение индивидуальных практических заданий, подготовка к тестированию по дисциплине, выполнение итоговой работы.

Большое значение в преподавании дисциплины отводится самостоятельному поиску студентами информации по отдельным теоретическим и практическим вопросам и проблемам.

При планировании и организации времени для изучения дисциплины необходимо руководствоваться п. 5.1 рабочей программы дисциплины и обеспечить последовательное освоение теоретического материала по отдельным вопросам и темам (Приложение 2).

Наиболее целесообразен следующий порядок изучения теоретических вопросов по дисциплине:

1. Изучение справочников (словарей, энциклопедий) с целью уяснения значения основных терминов, понятий, определений;
2. Изучение учебно-методических материалов для лекционных и практических занятий;

3. Изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы и электронных информационных источников;
4. Изучение дополнительной литературы и электронных информационных источников, определенных в результате самостоятельного поиска информации;
5. Самостоятельная проверка степени усвоения знаний по контрольным вопросам и/или заданиям;
6. Повторное и дополнительное (углубленное) изучение рассмотренного вопроса (при необходимости).

В процессе самостоятельной работы над учебным материалом рекомендуется составить конспект, где кратко записать основные положения изучаемой темы. Переходить к следующему разделу можно после того, когда предшествующий материал понят и усвоен. В затруднительных случаях, встречающихся при изучении курса, необходимо обратиться за консультацией к преподавателю.

При изучении дисциплины не рекомендуется использовать материалы, подготовленные неизвестными авторами, размещенные на неофициальных сайтах неделового содержания. Желательно, чтобы используемые библиографические источники были изданы в последние 3-5 лет. Студенты при выполнении самостоятельной работы могут воспользоваться учебно-методическими материалами по дисциплине, представленными в электронной библиотеке института, и предназначенными для подготовки к лекционным и семинарским занятиям.

Контроль аудиторной самостоятельной работы осуществляется в форме дискуссии и собеседования. Контроль внеаудиторной самостоятельной работы студентов осуществляется в форме устного или письменного опроса. Промежуточный контроль знаний в форме зачета осуществляется посредством письменного тестирования, включающего вопросы и задания для самостоятельного изучения.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценка компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания и технологической картой дисциплины (Приложение 1). Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего и промежуточного контроля представлены в Приложении 3.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы. Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала. При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины (Приложение 6).

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА ЭТАПЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

1) Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)

Формируемые компетенции: ПК-6

При преподавании дисциплины «Цифровые коммуникации и медиа» применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий. Семинарские занятия ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся. Оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к

ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

2) Письменное задание (реферат)

Формируемые компетенции: ПК-6

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы. В процессе выполнения работы решаются следующие задачи: формирование информационной базы (анализ точек зрения отечественных и зарубежных специалистов, конспектирование и реферирование первоисточников, подготовка библиографического списка); формулировка актуальности темы; формулировка цели и задач работы.

Обязательными составляющими элементами реферата являются: титульный лист; содержание; введение; основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты); заключение; список использованных источников; приложения. Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.). См. приложение № 4.

3) Практическое задание (проект)

Формируемые компетенции: ПК-6

Проект подразумевает развитие познавательных навыков обучающихся, критического и творческого мышления, умения самостоятельно конструировать свои знания, ориентироваться в информационном пространстве, увидеть и сформулировать проблему. Проект содержит практические задачи, требующие выполнения на основе использования теоретических знаний, полученных в ходе изучения материалов по дисциплине. От студента требуется детальная разработка проблемы, реальный осязаемый практический результат (согласно заданию), оформление результата в виде подробного отчета. Содержание отчета: титульный лист; содержание; основные разделы проекта (согласно заданию). См. приложение № 5.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по дисциплине основана на использовании Положения о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в институте, и технологической карты дисциплины.

Текущий контроль:

- посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия) - 0-25 баллов;
- письменное задание (реферат) - 0-20 баллов;
- практическое задание (проект) - 0-30 баллов.

Промежуточная аттестация:

- итоговая работа (тест) - 0-25 баллов.

Максимальное количество баллов по дисциплине – 100. Максимальное количество баллов по результатам текущего контроля – 75. Максимальное количество баллов на зачете – 25.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный план курса «Цифровые коммуникации и медиа» предполагает в основе изучения предмета использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение - практические (семинарские) занятия. Кроме традиционных лекций и

семинарских занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения: 1) беседы и дискуссии; 2) кейсы и практические ситуации; 3) индивидуальные творческие задания; 4) творческие задания в группах; 5) практические работы.

На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики. Семинарские занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов. Для этого разработаны вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати, открытым данным и реальным примерам из практики организаций молодёжной политики. При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

Основная учебная литература охватывает разделы программы по дисциплине «Цифровые коммуникации и медиа». Она изучается студентами в процессе подготовки к семинарским и практическим занятиям, зачету. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям, при написании рефератов.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудио формат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены вузом или могут использоваться собственные технические средства. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий текущего контроля. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Приложение 1

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Цифровые коммуникации и медиа
Количество зачетных единиц	4
Форма промежуточной аттестации	Зачет

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
	Текущий контроль		
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	Устные ответы, конспект	25
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	20
3	Выполнение практического задания (проект)	Письменная работа, презентация	30
	Промежуточная аттестация		
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	25
	Итого по дисциплине:		**100**

«____» _____ 20___ г.

Преподаватель _____ / _____

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя) Подпись

Приложение 2

Тематическое планирование самостоятельной работы студентов

Тема, раздел	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
Цифровая коммуникационная среда и медиаландшафт молодёжи	8	9	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования
Каналы и форматы цифровых коммуникаций ведомств	8	9	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования
Правовые и этические основы цифровых коммуникаций	8	9	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования
SMM-стратегия: цели, аудитория, позиционирование, KPI	8	9	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования
Контент-стратегия и контент-план	8	9	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования
Производство мультимедийного контента	8	9	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования
Комьюнити-менеджмент, модерация и антикризисные коммуникации	8	9	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования
SEO для новостных порталов и сайтов ведомств	8	9	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования

Тема, раздел	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
Системы веб-аналитики	8	8	13	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования
Медийные показатели, оценка эффективности и отчётность	7	8	11	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию	- беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (проекта); - проведение тестирования
ИТОГО	**79**	**88**	**128**		

Приложение 3

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего контроля

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	1. Посещение занятий: а) посещение лекционных и практических занятий, б) соблюдение дисциплины. 2. Работа на лекционных занятиях: а) ведение конспекта лекций, б) уровень освоения теоретического материала, в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору. 3. Работа на практических занятиях: а) уровень знания учебно-программного материала, б) умение выполнять задания, предусмотренные программой курса, в) практические навыки работы с освоенным материалом.	0-25
2	Письменное задание (реферат)	1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы; в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. 2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме письменного задания; б) соответствие содержания теме и плану; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; д) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). 3. Обоснованность выбора источников: оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). 4. Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму письменного задания.	0-20
3	Практическое задание (проект)	1. Анализ проблемы: умение верно, комплексно и в соответствии с действительностью выделить причины возникновения проблемы, описанной в практическом задании. 2. Структурирование проблем: насколько четко, логично, последовательно были изложены проблемы, участники проблемы, последствия проблемы, риски для объекта. 3. Предложение стратегических альтернатив: а) количество вариантов решения проблемы, б) умение связать теорию с практикой при решении проблем. 4. Обоснование решения: а) насколько аргументирована позиция относительно предложенного решения практического задания; б) уровень владения профессиональной терминологией. 5. Логичность изложения материала: а) насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, б) насколько предложенный план может быть реализован в текущих условиях.	0-30

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Итоговая работа	Количество баллов за тест пропорционально количеству правильных ответов на тестовые задания. После прохождения теста суммируются результаты выполнения всех заданий для выставления общей оценки за тест.	0-25

Приложение 4

(Формируемые компетенции: ПК-6)

Обязательными составляющими элементами реферата являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументированно и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице:

Первая буква фамилии студента	**№ темы реферата**
А	1
Б	2
В	3
Г	4
Д	5
Е, Ё	6
Ж	7
З	8
И	9
К	10
Л	11
М	12
Н, О	13
П, Р	14
С, Т	15
У, Ф	16
Х, Ц	17
Ч, Ш	18
Щ, Э	19
Ю, Я	20

Примерная тематика рефератов:

1. Цифровая коммуникационная среда: особенности и тенденции развития
2. Медиапотребление молодёжи России: исследования и выводы для коммуникаций ведомств
3. Модель PESO: применение в коммуникациях органов молодёжной политики
4. Официальные сообщества органов власти в социальных сетях: российская практика
5. Правовое регулирование цифровых коммуникаций органов государственной власти
6. Этика цифровых коммуникаций с несовершеннолетними
7. Разработка SMM-стратегии для государственной организации: этапы и ошибки
8. Целевая аудитория молодёжных проектов: сегментация и портреты
9. Контент-маркетинг в социальной сфере

10. Сторителлинг в молодёжных коммуникациях
11. Работа с амбассадорами и лидерами мнений в молодёжной политике
12. Нейросети в создании контента: возможности и риски для ведомств
13. Короткое видео как инструмент коммуникации с молодёжью
14. Доступность цифрового контента для людей с ограниченными возможностями здоровья
15. Антикризисные коммуникации в социальных сетях: алгоритмы и кейсы
16. Комьюнити-менеджмент в организациях сферы молодёжной политики
17. Поисковая оптимизация сайтов органов власти
18. SEO для новостных порталов: требования и практика
19. Системы веб-аналитики: возможности для оценки эффективности коммуникаций
20. Медийные показатели и оценка эффективности информационных кампаний

Приложение 5

Формируемые компетенции: ПК-6

Практическое задание (проект)

Проект подразумевает развитие познавательных навыков обучающихся, критического и творческого мышления, умения самостоятельно конструировать свои знания, ориентироваться в информационном пространстве, увидеть и сформулировать проблему.

Задание по проекту — разработать SMM-стратегию и контент-план для выбранного объекта и подготовить аналитическое обоснование.

От студента требуется: детальная разработка проблемы; реальный осязаемый практический результат (согласно заданию); оформление результата в виде подробного отчета. Содержание отчета о результатах проекта: титульный лист; содержание; основные разделы проекта (согласно заданию). Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).

Номер проекта, который должен выполнить студент, определяется по первой букве его фамилии:

№ проекта	1	2	3	4
Первая буква фамилии студента	А, Б, В, Г, Д, Е, Ё	Ж, З, И, К, Л, М, Н	О, П, Р, С, Т, У, Ф	Х, Ц, Ч, Ш, Щ, Э, Ю, Я

Проекты 1-4. Общие положения

Задачи:

- научиться формулировать цели и KPI коммуникационной кампании,
- научиться разрабатывать контент-стратегию и контент-план,
- научиться создавать мультимедийные материалы и оптимизировать страницы сайта,
- научиться планировать веб-аналитику и оценивать медийные показатели.

Порядок выполнения проекта:

Этапы	Задание	Примечание
1	Аудит и цели. Описать объект, провести аудит текущего присутствия (при наличии), сформулировать не более 3 SMART-целей и систему KPI.	Использовать открытые данные страниц объекта и его аналогов.
2	Аудитория и платформы. Описать 2–3 портрета целевой аудитории, обосновать выбор платформ.	Для каждой платформы указать роль в стратегии.
3	Контент-стратегия. Разработать рубрикатор и контент-план на 4 недели (не менее 12 публикаций).	Не менее 4 форматов (пост, карусель, видео, интерактив и др.).
4	Мультимедийный контент. Подготовить 1 инфографику, 1 сценарий ролика (30–45 с) и 2 текста публикаций.	Материалы приложить к отчёту.
5	SEO и аналитика. Подготовить рекомендации по SEO для страницы на сайте объекта; описать систему целей, UTM-меток и дашборда.	Указать, какие показатели и как будут измеряться.
6	Отчёт и презентация. Подготовить отчёт и презентацию (до 10 слайдов) с выводами и рекомендациями.	Презентация сопровождается защитой на занятии.

Объекты проектов:

Проект 1. Молодёжный центр региона

Проект 2. Студенческое добровольческое (волонтёрское) движение вуза

Проект 3. Проект по профориентации и карьерному развитию молодёжи

Проект 4. Молодёжный форум или фестиваль (информационное сопровождение)

Приложение 6
Формируемые компетенции: ПК-6

Тестовые задания по дисциплине «Цифровые коммуникации и медиа»

1. Модель, разделяющая каналы коммуникации на собственные, заработанные, платные и разделяемые, называется:
1) PESO
2) SWOT
3) 4P
4) AIDA
2. Что понимается под охватом (reach) в цифровых коммуникациях?
1) число кликов по ссылке
2) общее число показов публикации
3) число уникальных пользователей, увидевших сообщение
4) число подписчиков сообщества
3. Общее число показов контента, включая повторные показы одним и тем же пользователям, называется:
1) отказами
2) конверсией
3) impressions (показами)
4) охватом
4. Вовлечённость по охвату (ER by reach) рассчитывается как:
1) затраты / число кликов
2) число подписчиков / число публикаций × 100%
3) (лайки + комментарии + репосты) / охват × 100%
4) клики / показы × 100%
5. Что обозначает показатель CTR?
1) стоимость тысячи показов
2) доля вернувшихся пользователей
3) отношение числа кликов к числу показов, выраженное в процентах
4) стоимость привлечения клиента
6. Что показывает CPM?
1) стоимость тысячи показов
2) средний чек
3) стоимость одного клика
4) стоимость целевого действия
7. Как расшифровывается и что означает CPC?
1) число повторных визитов
2) стоимость одного клика
3) стоимость тысячи показов
4) коэффициент конверсии
8. UTM-метки используются для:
1) шифрования данных пользователей
2) отслеживания источников переходов в системах веб-аналитики
3) улучшения скорости загрузки сайта

4) проверки орфографии
9. К системам веб-аналитики относится:
1) Microsoft Word
2) Яндекс Метрика
3) Adobe Photoshop
4) 7-Zip
10. Что представляет собой семантическое ядро?
1) набор ключевых слов и фраз, отражающих тематику сайта и запросы аудитории
2) перечень конкурентов
3) список подписчиков сообщества
4) структура меню сайта
11. Тег title веб-страницы:
1) подсчитывает число посетителей
2) хранит пароль администратора
3) задаёт заголовок страницы, отображаемый во вкладке браузера и в результатах поиска
4) отвечает за цвет фона
12. Микроразметка Schema.org служит для:
1) автоматического перевода текста
2) защиты сайта от вирусов
3) передачи поисковым системам структурированных данных о содержимом страницы
4) сжатия изображений
13. Что понимается под интентом поискового запроса?
1) число символов в запросе
2) язык запроса
3) цель, которую преследует пользователь, вводя запрос
4) частота запроса за год
14. Маркировка рекламы в интернете регулируется Федеральным законом:
1) «О рекламе»
2) «Об образовании в Российской Федерации»
3) «О молодёжной политике в Российской Федерации»
4) «О персональных данных»
15. Согласно ст. 152.1 ГК РФ обнародование и использование изображения гражданина допускается, как правило:
1) только для коммерческих целей
2) только по решению суда
3) без согласия, если фото сделано в публичном месте любым лицом
4) с согласия этого гражданина
16. Какое определение соответствует понятию «контент-план»?
1) договор с поставщиком
2) документ, определяющий темы, форматы, даты и каналы публикаций
3) список подписчиков
4) отчёт о финансовых затратах
17. Расшифровка буквы S в методике SMART:
1) social (социальная)
2) specific (конкретная)

3) standard (стандартная)
4) simple (простая)
18. Что обозначает аббревиатура UGC?
1) система управления сайтом
2) корпоративный стандарт
3) платная реклама
4) контент, созданный пользователями
19. Показатель отказов (bounce rate) в веб-аналитике отражает:
1) долю мобильных пользователей
2) число отписок от рассылки
3) долю покупателей среди посетителей
4) долю визитов, в которых пользователь не совершил значимых действий и покинул сайт
20. Первое действие при возникновении негативной «волны» в социальных сетях:
1) оценить достоверность и масштаб ситуации и подготовить официальную позицию
2) заблокировать всех участников обсуждения
3) проигнорировать ситуацию
4) удалить все комментарии и закрыть сообщество
21. В задачи комьюнити-менеджера входит:
1) аудит бухгалтерской отчётности
2) проведение выборов
3) разработка программного кода сайта
4) взаимодействие с аудиторией сообщества, модерация, поддержание вовлечённости
22. Приоритет SEO для сайта ведомства:
1) актуальные, достоверные и структурированные страницы, отвечающие запросам граждан
2) скрытый текст с ключевыми словами
3) массовая закупка внешних ссылок
4) многократное повторение ключевых слов
23. Для коротких вертикальных видео используется соотношение сторон:
1) 16:9
2) 4:3
3) 21:9
4) 9:16
24. Альтернативный текст (alt) для изображений необходим:
1) для смены цвета изображения
2) для защиты от копирования
3) для увеличения размера файла
4) для доступности контента и лучшего понимания изображения поисковыми системами
25. Как определяется частота (frequency) в медиаметрике?
1) среднее число контактов одного пользователя с сообщением
2) доля целевой аудитории
3) число уникальных пользователей
4) стоимость одного контакта
26. В чём состоит A/B-тестирование?
1) способ шифрования
2) метод опроса экспертов

3) проверка орфографии
4) сравнение двух вариантов элемента для выбора более эффективного
27. Что характеризует показатель ROMI?
1) скорость загрузки страницы
2) число подписчиков
3) рентабельность маркетинговых инвестиций
4) стоимость показа
28. Что измеряет показатель GRP (Gross Rating Point)?
1) коэффициент вовлечённости
2) стоимость клика
3) суммарный рейтинг рекламных контактов, выраженный в процентах от целевой аудитории
4) число сайтов в выдаче
29. К собственным медиа (owned media) относятся:
1) платная реклама у блогеров
2) упоминания в СМИ
3) репосты пользователей
4) официальный сайт и страницы организации
30. Что обозначает показатель CPA?
1) стоимость тысячи показов
2) стоимость целевого действия (заявки, регистрации, покупки)
3) число повторных визитов
4) доля кликов от показов
31. Как в веб-аналитике определяется конверсия?
1) стоимость одного клика
2) число показов страницы
3) средняя длительность сессии
4) доля посетителей, совершивших целевое действие
32. Таргетированной называют рекламу:
1) показываемая выбранной по заданным параметрам аудитории
2) не требующая маркировки
3) размещаемая только на телевидении
4) распространяемая без выбора площадки
33. Доля голоса (SoV) отражает:
1) число подписчиков
2) стоимость клика
3) скорость загрузки сайта
4) долю упоминаний организации в общем объёме упоминаний по теме или отрасли
34. Что понимается под тональностью упоминаний?
1) частота публикаций
2) размер аудитории
3) эмоциональная окраска упоминаний (позитивная, нейтральная, негативная)
4) число репостов
35. Что обозначает аббревиатура CJM?
1) метод шифрования
2) карта пути пользователя от первого контакта до целевого действия

3) система управления контентом
4) вид рекламного бюджета
36. Что представляет собой рубрикатор контент-плана?
1) перечень подписчиков
2) отчёт о затратах
3) список конкурентов
4) набор постоянных тематических рубрик сообщества или канала
37. Что называется лидом в тексте публикации?
1) вводный абзац, кратко раскрывающий суть материала
2) заголовок страницы в браузере
3) список источников
4) подпись автора
38. Выберите верное описание сторителлинга:
1) вид платной рекламы
2) способ шифрования данных
3) метод сжатия видео
4) подача информации через историю с героем и событиями
39. Кто такой амбассадор бренда или организации?
1) человек, добровольно и открыто представляющий организацию и транслирующий её ценности аудитории
2) рекламная площадка
3) модератор сообщества
4) сотрудник бухгалтерии
40. При использовании нейросетей для подготовки публикаций необходимо:
1) передавать нейросети персональные данные подписчиков
2) публиковать результат без проверки
3) использовать только для удаления комментариев
4) проверять достоверность результата и редактировать его силами человека
41. Для чего и как используется хештег?
1) метка для группировки публикаций по теме и облегчения поиска
2) тип рекламного баннера
3) вид налога
4) способ шифрования
42. Что представляет собой дашборд в аналитике?
1) схема помещения
2) список подписчиков
3) визуальная панель с ключевыми показателями в одном окне
4) расписание публикаций
43. Какой формат контента называют подкастом?
1) текстовая лента новостей
2) таблица показателей
3) вид баннерной рекламы
4) аудио- или видеоформат в виде серии эпизодов, доступных по подписке или в записи
44. Выберите верное определение лонгрида:
1) развёрнутый мультимедийный материал с текстом, фото, графикой и видео

2) короткий твит
3) баннер
4) рассылка уведомлений
45. Файл robots.txt предназначен для:
1) учёта посетителей
2) указания поисковым роботам, какие разделы сайта можно индексировать
3) хранения паролей
4) создания резервной копии сайта
46. Что такое органический трафик?
1) посетители из рассылки
2) только прямые заходы
3) посетители из результатов поиска, пришедшие без оплаты показа
4) посетители, пришедшие по платной рекламе
47. Переспам ключевыми словами в тексте:
1) не влияет на позиции
2) ухудшает читаемость и может привести к понижению сайта в выдаче
3) обязателен для новостных сайтов
4) повышает доверие поисковых систем
48. В чём заключается мониторинг упоминаний?
1) отслеживание публикаций и комментариев об организации в сети
2) создание контент-плана
3) настройка сервера
4) закупка рекламы
49. Как определяется редакционная политика?
1) свод правил, определяющих тематику, стиль и требования к публикациям
2) рекламный бюджет
3) список поставщиков
4) отчёт о посещаемости
50. Для публикации фотографии несовершеннолетнего участника мероприятия на официальной странице организации, как правило, требуется:
1) согласие любого участника мероприятия
2) решение суда
3) разрешение администрации платформы
4) согласие его родителей или иных законных представителей

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Цифровые коммуникации и медиа»

1. Понятие цифровых коммуникаций и цифровых медиа. Особенности цифровой коммуникации.
2. Медиапотребление молодёжи: платформы, форматы, тенденции.
3. Модель PESO: типы медиа и их использование в коммуникациях ведомства.
4. Каналы и форматы цифровых коммуникаций органов молодёжной политики.
5. Требования к ведению официальных страниц государственных организаций.
6. Правовое регулирование цифровых коммуникаций: основные нормативные акты.
7. Маркировка рекламы в интернете. Авторские права и права на изображение.
8. Этика цифровой коммуникации с несовершеннолетними.
9. Этапы разработки SMM-стратегии.
10. Цели (SMART) и KPI SMM-стратегии.
11. Целевая аудитория: сегментация, портреты, карта пути (CJM).
12. Выбор платформ и распределение ролей каналов в стратегии.
13. Контент-маркетинг: понятие, виды, функции.
14. Контент-стратегия: рубрикатор, форматы, редакционная политика.
15. Контент-план: структура и порядок разработки.
16. Сторителлинг и UGC в коммуникациях с молодёжью.
17. Работа с амбассадорами и лидерами мнений.
18. Использование нейросетей при создании контента: возможности и ограничения.
19. Производство текстового контента: структура поста, заголовок, лид.
20. Визуальный контент: фото, инфографика, визуальная идентичность.
21. Видеоконтент: короткие ролики, сценарий, монтаж, субтитры.
22. Аудио контент и подкасты. Мультимедийный лонгрид.
23. Доступность цифрового контента.
24. Комьюнити-менеджмент: задачи, правила сообщества, модерация.
25. Антикризисные коммуникации в социальных сетях.
26. Мониторинг упоминаний и репутации в цифровой среде.
27. Принципы работы поисковых систем. Семантическое ядро и интент.
28. Внутренняя оптимизация страниц сайта. Микроразметка.
29. Особенности SEO для новостных порталов и сайтов ведомств.
30. Системы веб-аналитики: основные показатели, цели, UTM-метки.
31. Аналитика социальных сетей и построение дашбордов.
32. Медийные показатели: охват, показы, частота, GRP, ER, CTR, CPM, CPC, ROMI.
33. A/B-тестирование и оценка эффективности информационных кампаний.
34. Структура аналитического отчёта и презентации SMM-стратегии.

Ситуационная задача.

Выберите организацию сферы молодёжной политики (молодёжный центр, студенческое объединение, проект). Презентуйте: 1) цели и KPI коммуникационной кампании; 2) целевую аудиторию и выбор платформ; 3) фрагмент контент-плана на две недели; 4) рекомендации по SEO и веб-аналитике; 5) показатели, по которым будет оцениваться эффективность кампании, и способ их расчёта.