

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»  
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций  
Центр дополнительного профессионального образования**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор  
по образовательной деятельности

\_\_\_\_\_ Е.А. Турилова  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

**Дополнительная профессиональная программа  
повышения квалификации  
«Цифровые коммуникации»**

Утверждена Учебно-методической комиссией Института социально-философских наук и массовых коммуникаций КФУ (протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.)

Председатель комиссии \_\_\_\_\_ Дорощук Е.С.  
(подпись)

Руководитель  
Центра ДПО ИСФНиМК \_\_\_\_\_ М.Ю. Ефлова  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

### **1.1. Цель реализации программы**

Целью программы является совершенствование и формирование новых компетенций у слушателей программы:

- способность к ведению эффективных коммуникаций в цифровом пространстве;
- формирование компетенций по использованию цифровых коммуникаций в профессиональной деятельности.

### **1.2. Планируемые результаты обучения**

Слушатель должен знать:

- ценности, идеи и представления в медиапространстве;
- этические принципы в социальных медиа;
- цифровые экосистемы в обществе;
- актуальные направления мобильного маркетинга;
- основы психологического восприятия контента населением;
- основы медиафрейминга и дискурса ключевых событий в СМИ.

Слушатель должен уметь:

- выстраивать систему внутренних и внешних цифровых коммуникаций;
- обеспечивать эффективное позиционирование организации на внешних цифровых платформах и рынках;
- осуществлять развитие внутренних цифровых каналов обеспечения потребностей;
- управлять цифровой репутацией организации;
- формировать публичный имидж в цифровой среде;
- проводить SWOT-анализ маркетинговой стратегии организации.

### **1.3. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение**

К освоению программы допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

**1.4. Программа разработана на основе профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденному приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н.**

**1.5. Форма обучения** – очно-заочная с применением дистанционных технологий.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### 2.1. Учебный план

Наименование разделов	Трудоёмкость, час	Аудиторные занятия				Дистанционные занятия		
		Всего, час.	в том числе			Всего, час.	в том числе	
			лекции	лабораторные работы	прак. занятия, семинары		лекции	прак. занятия, семинары
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Философия медиакоммуникаций цифровой эпохи	6	0	0	0	0	6	3	3
Человек в новой медиаэкосистеме: ресурсы и стратегии взаиморазвития	6	0	0	0	0	6	3	3
Формирование публичного имиджа в цифровой среде	6	0	0	0	0	6	3	3
Выявление слабых и сильных мест в публичной репутации	4	2	1	0	1	2	1	1
Креативная мастерская по сторителлингу и событийной коммуникации	4	4	2	0	2	0	0	0
Сегментация целевой аудитории: онлайн и офлайн сегментация	4	2	1	0	1	2	1	1
Цифровая трансформация государственных институтов	4	0	0	0	0	4	2	2
<b>Всего</b>	<b>34</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>26</b>	<b>13</b>	<b>13</b>
<b>Итоговая аттестация</b>	<b>2</b>	<b>2</b>						
<b>Итого</b>	<b>36</b>	<b>36</b>						

### 2.2. Календарный учебный график

Период обучения (дни) <sup>1)</sup>	Наименование раздела
1	2
Первый день	Философия медиакоммуникаций цифровой эпохи
Второй день	Человек в новой медиаэкосистеме: ресурсы и стратегии взаиморазвития
Третий день	Формирование публичного имиджа в цифровой среде

Четвертый день	Выявление слабых и сильных мест в публичной репутации
Пятый день	Креативная мастерская по сторителлингу и событийной коммуникации
Шестой день	Сегментация целевой аудитории: онлайн и офлайн сегментация
Седьмой день	Цифровая трансформация государственных институтов
Восьмой день	Итоговая аттестация: экзамен
<sup>1)</sup> Даты обучения будут определены в расписании занятий при наборе группы на обучение	

### 2.3. Рабочие программы разделов

№, наименование темы	Содержание лекций (количество часов)	Наименование практических занятий или семинаров (количество часов)
1	2	4
<b>Раздел 1. Философия медиакоммуникаций цифровой эпохи</b>		
Тема 1.1. Когнитивная деятельность в цифровой среде	Когнитивные аспекты развития информационно-образовательной среды (2 ч.)	Влияние цифровых технологий на когнитивные способности (2 ч.)
Тема 1.2. Эволюция визуального образа в цифровом пространстве	Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры (1 ч.)	Эволюция визуального образа города (1 ч.)
<b>Раздел 2. Человек в новой медиаэкосистеме: ресурсы и стратегии взаиморазвития</b>		
Тема 2.1. Гражданский цифровой активизм и социальная эксклюзия в условиях вынужденного погружения в цифровую среду	Концепции гражданского активизма в цифровом пространстве коммуникаций (2 ч.)	Цифровая трансформация и защита прав граждан в цифровом пространстве (2 ч.)
Тема 2.2. Иннополисы как неотъемлемый сектор развития региональной экономики	Социальное пространство в «умной городе» (1 ч.)	Образ «умного города» Иннополис: концепты и повседневность (1 ч.)
<b>Раздел 3. Формирование публичного имиджа в цифровой среде</b>		
Тема 3.1. Инновационный маркетинг	Маркетинг инноваций: сущность и функции (2 ч.)	Составление маркетинговых концепций (2 ч.)
Тема 3.2. Формирование и продвижение личного бренда в digital-среде	Теоретико-методологические аспекты формирования персонального бренда в цифровой среде (1 ч.)	Персональный бренд: создание и продвижение (1 ч.)
<b>Раздел 4. Выявление слабых и сильных мест в публичной репутации</b>		
Тема 4.1. Репутация в деятельности человека и организации	Понятие деловой репутации (1 ч.)	Имидж и репутация организации: экономическое содержание,

		формирование и оценка (1 ч.)
Тема 4.2. Репутация и методы ее построения	Особенности организации PR-деятельности (1 ч.)	Мероприятия по снижению репутационных рисков и оценка их эффективности (1 ч.)
<b>Раздел 5. Креативная мастерская по сторителлингу и событийной коммуникации</b>		
Тема 5.1. Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций	Сторителлинг как новая технология подачи информации (1 ч.)	Примеры успешного сторителлинга (1 ч.)
Тема 5.2. Техники сторителлинга	Технология сторителлинга – секретные приемы и техники (1 ч.)	Правила сторителлинга для эффективных текстов (1 ч.)
<b>Раздел 6. Сегментация целевой аудитории: онлайн и офлайн сегментация</b>		
Тема 6.1. Разработка стратегии продвижения в социальных медиа	Стратегия платного продвижения и оценка эффективности (1 ч.)	Примеры стратегий SMM продвижения (1 ч.)
Тема 6.2. Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения	Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии (1 ч.)	Медийно-контекстная реклама (1 ч.)
<b>Раздел 7. Цифровая трансформация государственных институтов</b>		
Тема 7.1. Обратная связь между властью и обществом в цифровом пространстве	Цифровые каналы взаимодействия власти и общества (1 ч.)	Веб-среда как пространство формирования диалога (1 ч.)
Тема 7.2. Цифровая трансформация в социально-экономической сфере	Роль цифровой трансформации в развитии социально-экономических систем (1 ч.)	Измерение цифровой трансформации (1 ч.)

## **2.4. Оценка качества освоения программы (формы аттестации, оценочные и методические материалы)**

### **2.4.1. Формы аттестации**

Итоговая аттестация – экзамен – проводится в форме тестирования.

### **2.4.2. Примеры вопросов теста**

Слушателю необходимо выбрать 1 или несколько правильных ответов.

<b>Вопрос</b>	<b>Ответ №1</b>	<b>Ответ №2</b>	<b>Ответ №3</b>
Вопрос 1. Электронная коммуникация – это...	общение с помощью электронных средств	обмен информацией между компьютерными сетями	правила установления связи между двумя компьютерами в сети.

Вопрос 2. Телеконференция – это...	обмен письмами в глобальных сетях	информационная система в гиперсвязях	система обмена информацией между абонентами компьютерной сети;
Вопрос 3. Какой вид коммуникации не выделяется в теоретическом анализе?	Социальная коммуникация	Индивидуальная коммуникация	Межличностная коммуникация
Вопрос 4. Выберите одно определение, которое лучше всего отражает понятие «вирусный контент»?	Способность контента распространяться через расшаривание ссылок на интересную информацию между подписчиками пользователя	Это контент – который заражает компьютеры, но не ловится антивирусами	Развлекательный контент, состоящий из картинок
Вопрос 5. Найдите среди перечисленных термин, который не должен иметь отношения к современной журналистике.	Продакт плейсмент	Инфотейнмент	Конвергенция
Вопрос 6. Как бы вы назвали явление, когда ненадежный источник информации сообщает аудитории недостоверные сведения?	Фейк	Мейкап	Хайп
Вопрос 7. Распространенный в современных медиа жанр, в котором журналист разговаривает с собеседником, задавая заранее подготовленные вопросы	Интервью	Некролог	Репортаж
Вопрос 8. Реклама увеличивает продажи, а что "увеличивает" PR в первую очередь?	Прибыль компании	Узнаваемость бренда	Лояльное отношение к бренду
Вопрос 9. Как называют специалистов, которые занимаются выстраиванием взаимоотношений с органами государственной власти?	IR-специалист	GR-специалист	QR-специалист

Вопрос 10. Представьте, что Вам нужно опубликовать экспертный материал в СМИ. Какой параметр лучше всего отображает авторитетность издания?	Индекс цитируемости	Количество читателей	Авторитетность рекламодателей
--	---------------------	----------------------	-------------------------------

Оценка результатов:

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
70 ÷ 90	4	хорошо
50 ÷ 70	3	удовлетворительно
менее 50	2	неудовлетворительно

### 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

#### 3.1. Материально-технические условия

Наименование специализированных учебных помещений	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебный класс	Лекции	Мультимедийное оборудование, проектор, компьютеры, МФУ. Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер. Adobe Flash Player; Adobe Reader
Мультидисциплинарная лаборатория «3D GEOCenter»	Практические занятия	Мультимедийное оборудование, проектор, компьютеры

#### 3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

1. *Ефлова М.Ю., Озерова К.А.* Анализ социологической информации в статистических программах / М.Ю. Ефлова, К.А. Озерова. – Казань: Казан.ун-т, 2021 – 54 с.
2. *Ефлова М.Ю., Озерова К.А.* Социальная эксклюзия / инклюзия: стратегии и сценарии социальной политики / М.Ю. Ефлова, К.А. Озерова. – Казань: Казан.ун-т, 2021 – 54 с.
3. *Котляр П.С.* История и философия науки: общие проблемы: учебное пособие для магистров, аспирантов и соискателей / авт.-сост.: Е.М. Николаева, Н.О. Хазиева, П.С. Котляр. – Казань: Казан.федерал.ун-т, 2021. – 263 с.
4. *Котляр П.С.* Теория новомедийной коммуникации / П.С. Котляр – Казань: Казан. ун-т, 2021. – 42 с.
5. *Сидоров, В.В.* Социальный портрет современного российского общества [Текст] / Г. Гафурова, В. Сидоров, А. Шагиахметова // Российская цивилизация: учебное пособие / А. Скоробогатов, Б. Кадыров, О. Агапов и др. - Казань, 2012. - С. 236-244.

6. *Большаков А.Г.* Профилактика экстремистского и террористического поведения молодежи в интернет-пространстве: традиционные и инновационные формы: учебное пособие / авт.-сост.: А.Г. Большаков, А.М. Межведилов, Е.А. Терешина и др. – Казань: Изд-во Казан. Ун-та, 2016. – 138 с.
7. *Махмутова Р.Г.* Работа СМИ в кризисных ситуациях и освещение проблем противодействия терроризму [Электронный ресурс]: хрестоматия / Р.Г. Махмутова, Е.В. Храмова, Н.А. Шибанова. – Электронные текстовые данные. – Казань: Издательство Казанского университета, 2021. – 128 с.

### **3.3. Кадровые условия**

Кадровое обеспечение программы осуществляет профессорско-преподавательский состав из числа докторов и кандидатов наук и высококвалифицированных специалистов Казанского (Приволжского) федерального университета.

### **3.4. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды**

Электронные информационные ресурсы	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Microsoft Teams	Лекции и семинары	Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер

## **4. РУКОВОДИТЕЛЬ И АВТОР(Ы) ПРОГРАММЫ**

Руководитель: Ефлова Мария Юрьевна, заместитель директора по научной деятельности ИСФНиМК КФУ, руководитель Центра дополнительного профессионального образования ИСФНиМК КФУ.

Автор: Сидоров Виктор Владимирович, доцент кафедры политологии ИСФНиМК КФУ.