

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1161918	Построение эффективных международных коммуникаций

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. PR и реклама в международных коммуникациях	Код ОП 1. 42.04.01/33.02
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.04.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Банная Галина Алексеевна	кандидат социологическ их наук, доцент	доцент	ТМ и ПО ГМУ
2	Мокерова Юлия Викторовна	кандидат социологическ их наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Построение эффективных международных коммуникаций

1.1. Аннотация содержания модуля

Данный модуль дает представление о базовых основах построения эффективных коммуникаций. В рамках дисциплины "Анализ больших данных в международном маркетинге и коммуникациях" изучаются современные методы анализа в маркетинге, благодаря которым можно лучше понять потребности международных целевых аудиторий и выстроить с ними маркетинговую коммуникацию, затрагивающую их потребительские ценности. Дисциплина "Психология глобальных коммуникаций" фокусируется на психологических факторах восприятия информации международными целевыми аудиториями, зная которые можно выбрать наиболее адекватные технологии рекламы и связей с общественностью для достижения цели выстраиваемой международной маркетинговой коммуникации.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Психология глобальных коммуникаций	6
2	Анализ больших данных в международном маркетинге и коммуникациях	6
ИТОГО по модулю:		12

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	<ol style="list-style-type: none">1. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями2. Прикладные аспекты международных коммуникаций3. Научные коммуникации
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
---------------------------	--------------------------------	--

1	2	3
Анализ больших данных в международном маркетинге и коммуникациях	ПК-17 - Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, нацеленных на изучение группового и индивидуального поведения	<p>З-1 - Знать специфику, типологию и область применения качественных и количественных методов социального исследования</p> <p>З-2 - Знать структуру и особенности основных компонентов исследовательской программы</p> <p>З-3 - Знать основные виды социологических индексов и шкал</p> <p>З-4 - Знать особенности применения количественных и качественных методов исследования в сфере маркетинга, социологии и политологии</p> <p>П-1 - Применение методов построения программы социального исследования, инструментария построения шкал и индексов, а также оценки их надежности и достоверности</p> <p>П-2 - Применение основных методов формирования выборки</p> <p>П-3 - Применение основных методов сбора первичных данных</p>
Психология глобальных коммуникаций	ПК-1 - Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; отслеживать и учитывать изменение норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	<p>З-1 - Знать инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>З-2 - Понимать организацию рекламного дела</p> <p>У-1 - Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Психология глобальных коммуникаций

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Банных Галина Алексеевна	кандидат социологических наук, доцент	Доцент	теории, методологии и правового обеспечения государственного и муниципального управления

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 26 от 22.12.2022 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Психологические особенности коммуникации	Составные особенности коммуникации. Внимание. Виды внимания. Восприятие. Понятие восприятия. Восприятие как процесс. Внимание к информации и восприятие. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы. Способы реализации обратной связи, их возможности и особенности. Коммуникатор: психологические аспекты изучения
2	Психологические подходы к изучению коммуникации	Медиацентрированная парадигма (бихевиоральные и когнитивистские теории). Поиск способов повышения эффективности воздействия массовых коммуникаций. При этом зачастую интересы аудитории не принимаются во внимание. Человекоцентрированная парадигма. Ситуация массовой коммуникации анализируется с точки зрения реципиента, исследуются мотивы его обращения к СМК и те потребности, которые реципиент удовлетворяет с помощью СМК. "Модель диалогического общения", в котором аудитория рассматривается как партнер по общению. В этом случае достигается единство социального (потребностей массмедиа) и индивидуального (потребностей реципиента)

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется полностью на иностранном языке.

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология глобальных коммуникаций

Электронные ресурсы (издания)

1. Маклакова, Е. А.; The Basics of Business Intercultural Communication: основы деловой межкультурной коммуникации : учебное пособие.; Воронежская государственная лесотехническая академия, Воронеж; 2011; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142471> (Электронное издание)
2. Лушникова, И. И.; Communication: Science : учебно-методическое пособие.; Московский педагогический государственный университет (МПГУ), Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599001> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Stanton, Stanton N.; Mastering Communication; MACMILLAN PRESS; The Open University, Hampshire; London; 1996 (1 экз.)
2. Кузменкова, Кузьменкова, Ю. Б.; ABC's of Effective Communication : Учеб. пособие для студентов вузов, изучающих англ. яз.; Титул, Обнинск; 2001 (0 экз.)
3. Берн, Э., Исхаков, В., Грузберг, А. А., Агзамов, А.; Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; ЛИТУР, Екатеринбург; 2000 (1 экз.)
4. Шейнов, В. П.; Психология влияния. Скрытое управление, манипулирование и защита от них; Ось-89, Москва; 2008 (1 экз.)
5. Dominick, J. R., Joseph R.; The dynamics of mass communication. Media in the digital age; McGraw Hill, Boston [etc.]; 2007 (1 экз.)
6. Golev, N. D.; Manipulative Strategies and Tactics of Mass Media Communication (on the example of "The Name of Russia" television project). ; 2012 (0 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

<https://c3consulting.dk/en/news-and-resources/recommended-books-global-communication-and-collaboration>

<https://www.openbookpublishers.com/series/2634-7253>

<https://www.degruyter.com/journal/key/omgc/html>

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000065258>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

google scholar

scopus.org

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология глобальных коммуникаций

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Premiere Pro CS6 Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Рабочее место преподавателя Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Premiere Pro CS6 Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Adobe Premiere Pro CS6 Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Premiere Pro CS6 Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Анализ больших данных в международном
маркетинге и коммуникациях

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Мокерова Юлия Викторовна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 26 от 22.12.2022 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Мокерова Юлия Викторовна, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Введение в анализ больших данных в маркетинге. Адаптация классических методов исследования к цифровой среде	
P1T1	Концепция БД в социальных науках и маркетинге	Понятие больших данных. Большие данные как один из глобальных вызовов современности. Характеристика больших данных. Основы управления данными. Опыт использования БД в социальных науках и маркетинге: задачи, направления, возможности и ограничения.
P1T2	Направления, подходы и инструменты работы с БД в маркетинге	Классическая логика социальных и маркетинговых исследований и social data mining, основанный на использовании БД и computer science. Источники больших данных в маркетинге. Интерфейсы, платформы и новые компетенции маркетологов и специалистов social sciences в работе с БД.
P2	Основы анализа больших данных	
P2T3	Основные принципы и методы анализа больших данных	Статистическое и эконометрическое моделирование. Поиск зависимостей в данных. Признаковые зависимости в данных.

		Анализ частых последовательностей. Представление и меры качества закономерностей.
P2T4	Многомерный анализ данных	Факторный анализ. Кластерный анализ.
P3	Маркетинг и аналитика БД	
P3T5	Большие пользовательские данные: управление клиентами	Принципы персонализированного маркетинга: предпосылки и возможности.
P3T6	Инструменты веб-аналитики и мониторинга в Интернет	Понятия веб-аналитики, ее цели и задачи. Анализ цифровой воронки продаж. Методы и метрики веб-аналитики. Анализ посещаемости сайта. Анализ данных интернет-магазина. Анализ юзабилити. Анализ поведения посетителей сайта. Сквозная аналитика Customer data platforms.
P3T7	Проведение онлайн -опросов потребителей	Сравнительный обзор популярных сервисов для проведения онлайн-опросов. Опыт организации и проведения маркетинговых онлайн-исследований. Принципы разработки онлайн-опросников. Инструменты минимизации рисков отказов и прерывания опроса. Популярные интернет-панели. Технология River-sampling и ее практическая реализация.
P3T8	Сетевой анализ в маркетинге	Методология сетевого анализа. Возможности использования NA в маркетинге. Распространение информации в социальных сетях. Сегментация и таргетирование целевой аудитории. Типология клиентов (критики, пассив, промоутеры). Реализация NPS с помощью технологий Google Disk.
P3T9	Управление продуктом на основе БД	Анализ структуры покупок. Алгоритмы поиска часто покупаемых товаров (Frequent Itemset Mining). Основы синтаксического анализа текста. Типы алгоритмов. Получение данных путем извлечения их со страниц веб-ресурсов. Парсинг информации о конкурентах. Основы скрепинга. Скрепинг информации в Google Sheets.
P3T10	Использование больших данных для персонализированной коммуникации и управления репутацией	Большие данные и новые подходы к медиапланированию. Адаптация рекламных сообщений и построение узкотаргетированных коммуникаций.
P4	Особенности работы с большими данными	
P4T11	Визуализация данных	Современная инфографика в презентации результатов исследований. Инфографика и различные способы ее технической реализации. Возможности некоторых популярных геоинформационных систем.
P4T12	Этико-правовые аспекты работы с большими данными	Безопасность и приватность данных, ограничения и регуляторы со стороны государства и провайдеров сервисов. Мировой опыт работы с персональными и обезличенными данными.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется полностью на иностранном языке.

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Анализ больших данных в международном маркетинге и коммуникациях

Электронные ресурсы (издания)

1. Котляревская, И. В.; Стратегический маркетинг : учебное пособие. 2. ; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699053> (Электронное издание)
2. Кульпин, С. В., Попов, Е. В.; Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056> (Электронное издание)
3. Мальцева, Ю. А.; Коммуникационные инструменты маркетинга в интернет пространстве : монография.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697352> (Электронное издание)
4. Кийко, П. В.; Эконометрика. Продвинутый уровень: учебное пособие для магистрантов : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279003> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Домбровский, В. В.; Эконометрика : учебник.; Новый учебник, Москва; 2004 (21 экз.)
2. Дуброва, Т. А.; Статистические методы прогнозирования : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061700 "Статистика" и др. экон. специальностям.; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2003 (7 экз.)
3. , Данько, Т. П., Скоробогатых, И. И.; Количественные методы анализа в маркетинге. Case Study : к 100-летию Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова.; Питер, Санкт-Петербург ; Москва ; Нижний Новгород [и др.]; 2005 (3 экз.)
4. Магнус, Я. Р., Ян Р., Айвазян, С. А.; Матричное дифференциальное исчисление с приложениями к статистике и эконометрике : Пер. с англ.; ФИЗМАТЛИТ, Москва; 2002 (4 экз.)
5. Магнус, Я. Р., Ян Р.; Эконометрика : начальный курс : учебник.; Дело, Москва; 2004 (12 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Авдеева И. Л. Анализ зарубежного опыта использования глобальных технологий «BigData» // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». 2016, Т. 8. №6. Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/13EVN616.pdf>
2. Бабурин В. А., Яненко М. Е. Технологии Big Data в сервисе: новые рынки, возможности и проблемы // ТТПС. 2014. №1 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-big-data-v-servise-novye-rynki-vozmozhnosti-i-problemy>

3. Радченко И.А, Николаев И.Н. Технологии и инфраструктура Big Data. – СПб: Университет ИТМО, 2018 – 52 с.
4. Симакина М. А. Особенности использования технологий Big Data в маркетинге // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №6. С. 255-260. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/simakina>
5. Шаймарданов И. Как большие данные меняют парадигму бизнеса: подходы, инструменты, кейсы. Режим доступа: <https://www.cossa.ru/trends/187985/>
6. Шепелев Н.В. Современные инструменты маркетингового анализа // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2020 №6. С. 119–123.
7. Шубина В. И., Кузнецова Е. Л. Big Data: граница инноваций, развития и конкуренции // Концепт. 2017. №S13. Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2017/470161.htm>
8. Foster, I., Ghani, R., Jarmin, R. S., Kreuter, F., & Lane, J. I. (2017). Big Data and Social Science : A Practical Guide to Methods and Tools. Boca Raton: Chapman and Hall/CRC. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=nlebk&AN=1353316>
9. Hastie, T., Tibshirani, R., & Friedman, J. H. (2009). The Elements of Statistical Learning : Data Mining, Inference, and Prediction (Vol. Second edition, corrected 7th printing). New York: Springer. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=277008>
10. Ishikawa, H. (2015). Social Big Data Mining. Boca Raton: CRC Press. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=964797>
11. Lee, H., & Sohn, I. (2015). Fundamentals of Big Data Network Analysis for Research and Industry. Chichester, UK: Wiley. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=1100477>.

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;

зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>

электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Анализ больших данных в международном маркетинге и коммуникациях

Сведения об оснащенности дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
3	Консультации	Рабочее место преподавателя Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
--	--	-----------------------------	---