

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ
Кафедра управления и отраслевой экономики

Рег. № ИУМ.03-290/3

« 5 » 10 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана факультета экономики и

управления

Водоуский А.А.



ФГОС 2020 г.
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.01 Введение в специальность

Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки

Цифровой маркетинг

Направленность (профиль)

Курс: 2/2

Семестр: 4/4

Факультет экономики
и управления

очная/очно-заочная

очная, заочная, очно-заочная

Объем дисциплины (модуля)

Вид занятий	Объем занятий [зачетных ед./часов]			Семестр
	очная	заочная	очно-заочная	
Общая трудоемкость по учебному плану	8/288		8/288	4/4
В том числе,				
Контактная работа	74		60	
Занятия лекционного типа	18		8	
Занятия семинарского типа	56		52	
Самостоятельная работа, всего	214		228	
В том числе:				
Курсовой проект / курсовая работа				
Контрольная работа / реферат / РГР	Р		Р	4/4
Форма контроля экзамен / зачет / зачет с оценкой	Э		Э	4/4

Новосибирск 2022

9415

Рабочая программа составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 970.

Программу разработал(и):

доцент кафедры Управления и
отраслевой экономики,
канд. экон. наук, доцент

(должность)


ПОДПИСЬ

А.А. Самохвалова
ФИО

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

Дисциплина «Введение в специальность» в соответствии с требованиями ФГОС ВО направлена на формирование следующих компетенций (УК-6, УК-9, ПК-3):

Таблица 1. Связь результатов обучения с приобретаемыми компетенциями

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач и реализации поставленных целей.	знать: основы управления временем; уметь: использовать инструменты управления временем при выполнении конкретных задач; владеть: методами управления временем при реализации поставленных целей.
	ИУК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста.	знать: основы самоменеджмента; уметь: определять приоритеты собственной деятельности; владеть: способностью правильно выстраивать задачи личностного развития и профессионального роста.
	ИУК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста.	знать: основы функционирования рынка труда; уметь: выстраивать траекторию собственного профессионального роста; владеть: способностью оценивать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для построения своей карьеры.
	ИУК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.	знать: основные принципы построения карьеры; уметь: строить профессиональную карьеру; владеть: способностью определять стратегию профессионального развития.
УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах.	ИУК-9.1. Обладает представлениями о принципах недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности, с учетом социально-психологических особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья.	знать: основы коммуникаций; уметь: следовать принципам недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности; владеть: техниками эффективных коммуникаций с учетом социально-психологических особенностей лиц, участвующих в них.
ПК-3. Способен к проведению маркетингового	ИПК-3.1 Осуществляет анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг.	знать: основные подходы к анализу конъюнктуры рынка товаров и услуг; уметь: систематизировать и обобщать

исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга в условиях цифровизации.		большие массивы первичной и вторичной информации; владеть: способностью оценивать соотношение планируемого результата и затрачиваемых ресурсов.
	ИПК-3.2 Обеспечивает возможность проведения маркетингового исследования с использованием необходимого инструментария, в том числе цифровых технологий	знать: методы проведения маркетингового исследования; уметь: работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами; владеть: способностью оценивать факторы, влияющие на эффективность внедрения и последующего развития цифрового маркетинга в условиях постоянно изменяющейся внешней среды.
	ИПК-3.3. Формирует предложения по совершенствованию товарной, ценовой политики, систем сбыта и продаж.	знать: различные методы и инструменты, используемые при планировании, организации и контроле маркетинговых мероприятий в условиях развития цифровой экономики; уметь: выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет; владеть: способностью оценивать эффективность проведенных маркетинговых мероприятий, разрабатывать предложения по их совершенствованию.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.01 Введение в специальность относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Данная дисциплина опирается на курсы дисциплин: «Микроэкономика», «Основы менеджмента», «Планирование и управление данными», «Основы управления персоналом» «Основы государственного и муниципального управления» и является основой для последующего изучения дисциплин: «Маркетинг», «Экономика организации», «Основы логистики» «Управление проектами».

3. Содержание дисциплины (модуля)

Распределение часов по темам и видам занятий представляется в таблице 2 по каждой форме обучения:

Таблица 2. Очная форма

№ п/п	Наименование разделов и тем	Количество часов				Формируемые компетенции
		Лекции (Л)	Вид занятия (ПЗ)	Самост. работа (СР)	Всего по теме	
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в цифровой маркетинг.	5	8	32	45	УК-6, УК-9, ПК-3
2	Общие сведения о направлении подготовки «Цифровой маркетинг».	2	4	26	32	УК-6, УК-9, ПК-3
3	Содержание и структура программы подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки «Цифровой маркетинг» в Новосибирском государственном аграрном университете. Организация учебного процесса и учебной работы.	3	8	26	37	УК-6, УК-9, ПК-3
4	Коммуникационные каналы цифрового маркетинга.	5	16	38	59	УК-6, УК-9, ПК-3
5	Научно-исследовательская работа студентов.	1	6	26	33	УК-6, УК-9, ПК-3
6	Области и стратегии применения цифрового маркетинга	2	14	30	46	УК-6, УК-9, ПК-3
	Реферат			9	9	УК-6, УК-9, ПК-3
	Подготовка к экзамену			27	27	УК-6, УК-9, ПК-3
		18	56	214	288	

Очно-заочная форма

№ п/п	Наименование разделов и тем	Количество часов				Формируемые компетенции
		Лекции (Л)	Вид занятия (ПЗ)	Самост. работа (СР)	Всего по теме	
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в цифровой маркетинг.	2	8	34	44	УК-6, УК-9, ПК-3
2	Общие сведения о направлении	1	4	28	33	УК-6

	подготовки «Цифровой маркетинг».					УК-9 ПК-3
3	Содержание и структура программы подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки «Цифровой маркетинг» в Новосибирском государственном аграрном университете. Организация учебного процесса и учебной работы.	2	8	28	38	УК-6 УК-9 ПК-3
4	Коммуникационные каналы цифрового маркетинга.	1	14	40	55	УК-6 УК-9 ПК-3
5	Научно-исследовательская работа студентов.	1	6	30	37	УК-6 УК-9 ПК-3
6	Области и стратегии применения цифрового маркетинга	1	12	32	45	УК-6 УК-9 ПК-3
	Реферат			9	9	УК-6 УК-9 ПК-3
	Подготовка к экзамену			27	27	УК-6 УК-9 ПК-3
	Итого	8	52	228	288	

Учебная деятельность состоит из лекций, практических занятий, самостоятельной работы, реферата.

3.1. Содержание отдельных разделов и тем

Тема 1 Введение в цифровой маркетинг.

Терминология и основные принципы. Комплексные методы онлайн-стратегии. Взаимодействие с аудиторией. Контент, независимый от времени и места. Масштабируемость Независимость от форматов. Данные, поступающие в режиме реального времени, вовлечение потребителя через поиск. От управления к цифровому влиянию. Мониторинг мнений. Инструменты и методы цифрового маркетинга. Блоги, сообщества, вики, социальные сети, комплексные сервисы, карты, мессенджеры, почтовые рассылки.

Тема 2. Общие сведения о направлении подготовки «Цифровой маркетинг»

Федеральные государственные образовательные стандарты. Непрерывное образование. Область профессиональной деятельности. Объекты профессиональной деятельности выпускников. Основные задачи профессиональной деятельности бакалавра по направлению подготовки «Цифровой маркетинг». Требования к результатам освоения основных образовательных программ бакалавриата.

Тема 3. Содержание и структура программы подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки «Цифровой маркетинг» в Новосибирском государственном аграрном университете. Организация учебного процесса и учебной работы.

Задачи высшего профессионального образования. Нормативные документы, регулирующие содержание высшего образования. Характеристика методов процесса обучения. Практика студентов. Виды учебных занятий: лекции, семинары, лабораторные работы, деловые игры, консультации. Контроль успеваемости студентов. Виды тестирования. Домашние задания. Контрольные работы, рефераты, курсовые работы: общие требования к их содержанию и оформлению. Зачеты и экзамены, требования, предъявляемые к студентам при оценке уровня их знаний. Государственные экзамены, подготовка и защита выпускных квалификационных работ.

Тема 4. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга.

Интернет и устройства, предоставляющие доступ к нему. Digitalart. Digital Signage (цифровые носители, установленные в общественных местах). E-mail- и вирусный маркетинг. IPTV, Цифровое телевидение. POS-терминалы, интерактивные экраны. Интернет-медиа: медийная реклама, поиск, партнерские программы, спонсорство. Локальные сети. Внутренние компьютерные сети компаний или городских районов. Мобильные платформы, мобильные устройства. Пользовательский контент. Приложения для планшетов, смартфонов, ридеров и других носимых цифровых устройств.

Тема 5. Научно-исследовательская работа студентов

Общие положения. Цели и задачи НИРС. Содержание и принципы организации НИРС. Формы организации НИРС. Тезисы, статьи, доклады как результаты НИРС.

Тема 6. Формирование навыков коммуникации и установление взаимоотношений в коллективе

Сущность межличностных отношений. Свойства личности, влияющие на эффективность общения. Правила эффективного слушания. Правила восприятия критики. Понятия и основные характеристики коллектива. Ролевая структура коллектива. Социально-психологический климат в коллективе. Общие правила «бесконфликтного поведения» и поведения в ситуации конфликта.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

4.1. Список основной литературы

✓1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>.

✓2. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг: учебное пособие / К. Я. Ветцель. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818952>.

✓3. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учебное пособие / под ред. Л. С. Латышовой. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 142 с. - ISBN 978-5-394-04173-0. - Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232040>.

4.2. Список дополнительной литературы

✓1. Кузьмина, О.Г. Бренд-менеджмент: учебное пособие / О.Г. Кузьмина. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2022. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: <https://doi.org/10.12737/21301>. - ISBN 978-5-369-01614-5. — Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1856552>.

✓2. Лапидус, Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л.В. Лапидус. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI [10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312](https://doi.org/10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312). - ISBN 978-5-16-013640-0. — Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1862068>.

✓3. Сухарев, О.С. Функциональный и интернет-маркетинг: монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. - Москва: КУРС: ИНФРА-М, 2019. - 352 с. - (Наука). - ISBN 978-5-905554-33-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1027551>.

4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 3. Перечень информационных ресурсов

№ п/п	Наименование	Адрес
1.	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»	http://consultant.ru/
2.	ГАРАНТ – информационно-правовой портал http://www.garant.ru/	http://www.garant.ru/
3.	Официальный сайт Новосибирского государственного аграрного университета	http://nsau.edu.ru/
4.	Федеральный портал – Экономика. Социология. Менеджмент	http://ecsocman.hse.ru

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю) и самостоятельной работы

1. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ и рефератов / Новосиб. гос. аграр. ун-т; Фак. ЭиУ; сост.: И.Э. Толстова, О.С. Ковалева, О.Г. Антошкина. – Новосибирск, 2021.

2. Введение в специальность: методические указания для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов / Новосиб. гос. аграр. ун-т; Фак. ЭиУ; сост. А.А. Самохвалова. – Новосибирск, 2022.

4.5. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения и информационных справочных систем, наглядных пособий

Таблица 4. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№ п/п	Наименование	Тип лицензии или правообладатель
1.	MS Windows 2007, MS Windows 2010	Microsoft
2.	MS Office Prof 2010, MS Office Prof 2013, MS Office Prof 2019 (Word, Excel, PowerPoint)	Microsoft
3.	Браузер Google Chrome	Свободно распространяемая
4.	СПС Консультант Плюс	094/rdd

Таблица 5. Перечень плакатов (по темам), карт, стендов, макетов, презентаций, фильмов и т.д.

№ п/п	Тип	Наименование	Примечание
1.	Презентация	Введение в цифровой маркетинг	24 слайда
2.	Презентация	Общие сведения о направлении подготовки «Цифровой маркетинг»	15 слайдов
3.	Презентация	Содержание и структура программы подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки «Цифровой маркетинг» в Новосибирском государственном аграрном университете. Организация учебного процесса и учебной работы	27 слайдов
4.	Презентация	Коммуникационные каналы цифрового маркетинга (проблемная лекция)	34 слайда
5.	Презентация	Научно-исследовательская работа студентов	28 слайдов
6.	Презентация	Области и стратегии применения цифрового маркетинга	24 слайда

5. Описание материально-технической базы

Таблица 6. Перечень используемых помещений

№ аудитории	Тип аудитории	Перечень оборудования
А-4	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.	Видеопроектор, проекционный экран, мини-ПК стационарный в комплекте, аудио усиливающая система, микрофон, сенсорный экран, веб-камера, доска маркерная, учебная мебель, учебно-наглядные пособия.
НК-407	Учебная аудитория для занятий семинарского типа и групповых консультаций	Учебная доска, видеопроектор, ноутбук переносной, проекционный экран, учебно-наглядные пособия, учебная мебель.
НК-423	Учебная компьютерная лаборатория. Аудитория для лабораторных, практических занятий, самостоятельной работы, дипломного проектирования (выполнения курсовых работ)	1 персональный компьютер преподавателя, 10 персональных компьютеров, видеопроектор, интерактивная доска, доска учебная, колонки, веб-камера, учебная мебель.

6. Порядок аттестации студентов по дисциплине

Для аттестации студентов по дисциплине используется традиционная система контроля и оценки успеваемости обучающихся.

Форма аттестации – экзамен.

7. Согласование рабочей программы

Соответствует учебному плану, утвержденному Ученым советом ФГБОУ ВО Новосибирского ГАУ, протокол от «___» _____ 20__ №___

Рабочая программа обсуждена и утверждена
на заседании кафедры управления и отраслевой экономики
протокол от «12» 09 2022 № 2

/ Заведующий кафедрой

(должность)

подпись

Е.В. Рудой

ФИО

Председатель учебно-методического
совета (комиссии)

(должность)

подпись

О.Г. Антошкина

ФИО

Рабочая программа обсуждена и соответствует учебному плану,
утвержденному Ученым советом ФГБОУ ВО Новосибирского ГАУ, протокол
от «___» _____ 20__ №___

Изменений не требуется/изменения внесены в раздел(-ы): _____
нужное подчеркнуть

Председатель учебно-методического
совета (комиссии)

(должность)

подпись

ФИО

Рабочая программа обсуждена и соответствует учебному плану,
утвержденному Ученым советом ФГБОУ ВО Новосибирского ГАУ, протокол
от «___» _____ 20__ №___

Изменений не требуется/изменения внесены в раздел(-ы): _____
нужное подчеркнуть

Председатель учебно-методического
совета (комиссии)

(должность)

подпись

ФИО