

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ
Кафедра управления и отраслевой экономики

Рег. № 14.03-66
 « 05 » 10 2022г.

УТВЕРЖДАЮ:
 И.о. декана факультета экономики и

управления
 Волосский А.А.



ФГОС 2020 г.
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.07.02 Цифровой маркетинг

Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки

Логистика и управление цепями поставок

Направленность (профиль)

Курс: 4/4

Семестр: 7/7

Факультет экономики
и управления

очная

очная, заочная, очно-заочная

Объем дисциплины (модуля)

Вид занятий	Объем занятий [зачетных ед./часов]			Семестр
	очная	заочная	очно-заочная	
Общая трудоемкость по учебному плану	3/108		3/108	7/7
В том числе,				
Контактная работа	42		32	
Занятия лекционного типа	18		16	
Занятия семинарского типа	24		16	
Самостоятельная работа, всего	66		76	
В том числе:				
Курсовой проект / курсовая работа				
Контрольная работа / реферат / РГР	КР		КР	7/7
Форма контроля экзамен / зачет / зачет с оценкой	3		3	7/7

Новосибирск 2022

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 августа 2020 г. № 970.

Программу разработал(и):

К.э.н. доцент

(должность)

подпись

Кузнецова И.Г.

ФИО

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

Дисциплина «Цифровой маркетинг» в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом ПООП (при наличии) направлена на формирование следующих компетенций:

Таблица 1. Связь результатов обучения с приобретаемыми компетенциями

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-2. Способен анализировать, обосновывать и реализовывать эффективные бизнес-решения на основе инновационных и цифровых технологий.	ИПК-2.1. Проводит анализ бизнес-решений с точки зрения достижения целевых показателей.	знать: основы проектирования, создания веб-сайта организации; уметь: использовать основные современные методы контент-маркетинга; владеть: основами управления веб-сайтом организации.
	ИПК-2.2. Проводит оценку имеющихся ресурсов, необходимых для реализации бизнес-решений.	знать: методы и приемы маркетинга в Интернете, применяемые современными компаниями; уметь: разрабатывать программу продвижения организации, ее товаров и услуг в Интернете; владеть: методами оценки эффективности маркетинговой деятельности организации в Интернете.
	ИПК-2.3. Осуществляет выбор оптимального варианта бизнес-решения с применением инновационных и цифровых технологий.	знать: сущность и характеристики глобальной сети Интернет; уметь: применять методы анализа маркетинговой ситуации и принятия решений в сфере маркетинга; владеть: способами управления трафиком посетителей веб-сайта.

--	--	--

22. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Цифровой маркетинг» относится к дисциплине по выбору.

Данная дисциплина опирается на курсы дисциплин: «Маркетинг», «Планирование и управление данными» и является основой для последующего изучения дисциплин: «Профессиональные компьютерные программы».

3. Содержание дисциплины (модуля)

Распределение часов по темам и видам занятий представляется в таблице 2 по каждой форме обучения (очная, заочная):

Таблица 2.1 Очная форма

№ п/ п	Наименование разделов и тем	Количество часов				Формирован ие компетенций
		Лекции , (л)	Практи ческие зани я. (пз)	Самосто ятельна я работа,	Всего по теме,	
1	2	3	4	5	6	7
						ПК-2
1.	Значение маркетинговой деятельности в сети Интернет	2	3	5	10	
2.	Веб-сайт организации. Управление веб-сайтом и целевой аудиторией	2	3	5	10	
3	Обзор инструментов интернет-маркетинга	2	3	5	10	
4.	Разработка стратегии интернет-маркетинга	2	3	5	10	
5.	Современное понятие и значение трафик-менеджмента	2	2	5	9	
6	Основные современные методы трафик-менеджмента в интернет-маркетинге	2	3	5	10	
7	Конференции, семинары и вебинары в интернет-маркетинге	2	2	5	9	
8	Конференции, семинары и вебинары в интернет-маркетинге	2	3	5	10	
9	Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	2	4	5	9	
	Контрольная работа			12	12	
	Зачёт			9	9	
	Итого	18	24	66	108	

Учебная деятельность состоит из лекций, практических занятий, самостоятельной работы, выполнения контрольной работы.

3.1. Содержание отдельных разделов и тем

ТЕМА 1. ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Глобальная сеть Интернет как универсальный телекоммуникационный канал, сущность и характеристики. Значение маркетинговой деятельности в Интернете для современных организаций. Персонализация в маркетинге. Ресурсы сети Интернет. Аудитория российской аудитории глобальной среды Интернет. Международная аудитория Интернета.

ТЕМА 2. ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ. УПРАВЛЕНИЕ ВЕБ-САЙТОМ И ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

Основы проектирования, создания и управления веб-сайтом организации. Интерфейсы. Юзабилити сайта. Специфические характеристики поведения российской и международной аудитории Интернета. Основные принципы работы с аудиторией веб-сайта. Способы привлечения внимания потребителей к сайту организации.

ТЕМА 3. ОБЗОР ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Краткий сравнительный обзор инструментов интернет-маркетинга. Принцип работы контекстной рекламы. Виды таргетингов. Этапы запуска контекстной рекламы. Медийная реклама: виды площадок. Медиабаинг. Таргетированная реклама. Поведенческие технологии. Маркетинг в социальных сетях. Поисковая оптимизация и работа с органической выдачей. Новые виды интернет-маркетинга.

ТЕМА 4. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. Особенности работы партнерских программ. Принципы арбитража трафика. Методика повышения качества лидов.

ТЕМА 5. СОВРЕМЕННОЕ ПОНЯТИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ТРАФИК-МЕНЕДЖМЕНТА

Современное понятие и значение трафик-менеджмента. Понятие «трафика» в Интернет-маркетинге. Значение привлечения трафика посетителей на сайт организации и основы управления им.

ТЕМА 6. ОСНОВНЫЕ СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ТРАФИК-МЕНЕДЖМЕНТА В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

Контекстная реклама: определение и значение, системы контекстной рекламы – Yandex-Direct, BEGUN, RORER, GOOGLE ADWARDS. Баннерная реклама. Использование статей и других публикаций для увеличения трафика посетителей на сайт организации.

ТЕМА 7. КОНФЕРЕНЦИИ, СЕМИНАРЫ И ВЕБИНАРЫ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

Тематические конференции, выступления на конференциях. Организация и проведения семинаров и вебинаров. Форумный маркетинг.

ТЕМА 8. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Основные показатели оценки эффективности маркетинга и продвижения организации в Интернете. Анализ эффективности маркетинговых коммуникаций в Интернете. Понятие конверсии сайта и ее определение.

ТЕМА 9. МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И НОВЫХ МЕДИА

Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.

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

4.1. Список основной литературы¹

1. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645. - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1917629> (дата обращения: 11.09.2023). – Режим доступа: по подписке.

4.2. Список дополнительной литературы²

1. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов : монография / под ред. В.В. Куимова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 225 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5cb0613eee1403.91554804. - ISBN 978-5-16-018490-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1995250>

2. Трайнев, В. А. Электронно-образовательные ресурсы в развитии информационного общества (обобщение и практика) : монография / В. А. Трайнев. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 254 с. - ISBN 978-5-394-04969-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2086376>

¹ Не более 3 источников;

² Не более 5 источников, нормативные акты включаются на усмотрение преподавателя.

4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 3. Перечень информационных ресурсов

№ п/п	Наименование	Адрес
1.	Сайт о современных технологиях ритейла и электронной коммерции	https://www.shopolog.ru
2.	портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR	https://www.sostav.ru/
3.	ЭБС издательства «Лань»	e.lanbook.com

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

Цифровой маркетинг: Методические указания для проведения самостоятельной работы и выполнения контрольной работы / Новосиб. гос. аграр. ун-т.; / сост.: Кузнецова И.Г. – Новосибирск 2022. – 14 с.

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.	<i>MS Windows 2007</i>	<i>Microsoft</i>
2.	<i>MS Office 2007 prof (Word, Excel, Access, PowerPoint)</i>	<i>Microsoft</i>
3.	<i>Броузер Mozilla FireFox</i>	<i>Mozilla Public License</i>
4.	<i>Почтовый клиент Thunderbird</i>	<i>Mozilla Public License</i>
5.	<i>Файловый менеджер FreeCommande</i>	<i>Бесплатная</i>

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

№ п/п	Тип	Наименование	Примечание
1.	Презентация	Обзор инструментов интернет-маркетинга	18 слайдов
2.	Презентация	Разработка стратегии интернет-маркетинга	40 слайдов
3.	Презентация	Современное понятие и значение трафик-менеджмента	15 слайдов
4.	Презентация	Основные современные методы трафик-менеджмента в интернет-маркетинге	18 слайдов

5.	Презентация	Конференции, семинары и вебинары в интернет-маркетинге	10 слайдов
----	-------------	--	------------

5. Описание материально-технической базы

Таблица 6. Перечень используемых помещений:

№ аудитории	Тип аудитории	Перечень оборудования
НК-407	Аудитория для занятий семинарского типа и групповых консультаций	учебная доска, видеопроектор переносной, ноутбук переносной; учебная мебель

6. Порядок аттестации студентов по дисциплине

Критерии оценки знаний студентов на зачете

Для аттестации студентов по дисциплине используется традиционная система.

Форма аттестации - зачет.

Критерии получения зачета:

Оценка **«зачтено»** выставляется, если ответ логически и лексически грамотно изложенный, содержательный и аргументированный ответ, умение отвечать на дополнительно заданные вопросы; незначительное нарушение логики изложения материала.

Оценка **«незачтено»** выставляется, если в ответе допущено существенное нарушение логики изложения материала, допущение не более двух ошибок в содержании задания, а также не более двух неточностей при аргументации своей позиции, неправильные ответы на дополнительно заданные вопросы.

7. Согласование рабочей программы

Соответствует учебному плану, утвержденному Ученым советом ФГБОУ ВО Новосибирского ГАУ, протокол от «29» сентября 2022 г. № 7

Рабочая программа обсуждена и утверждена
на заседании кафедры
протокол от «12» сентября 2022 г. № 2

Заведующий кафедрой, д-р экон.
наук, профессор

(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