

**ФГБОУ ВО Университет биотехнологий**  
**Кафедра управления и отраслевой экономики**

Рег. № ЦКНЧ.03-300,017

« 20 » 01 2026г.

**УТВЕРЖДАЮ:**

Декан факультета экономики и

управления

Коваль С.В.

Факультет  
экономики и  
управления



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: 3/3

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	
<b>Общая трудоемкость по учебному плану</b>	3/108		3/108	3/3
В том числе,				
<b>Контактная работа</b>	36		32	
Занятия лекционного типа	18		16	
Занятия семинарского типа	18		16	
<b>Самостоятельная работа, всего</b>	72		76	
<b>В том числе:</b>				
Курсовой проект / курсовая работа				
Контрольная работа / реферат / РГР	Р		Р	3/3
Форма контроля экзамен / зачет / зачет с оценкой	3		3	3/3

Новосибирск 2026

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

О.А. Наконечная  
\_\_\_\_\_  
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.	<b>знать:</b> основы управления временем; <b>уметь:</b> использовать инструменты управления временем при выполнении конкретных задач; <b>владеть:</b> методами управления временем при реализации поставленных целей.
	ИУК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста.	<b>знать:</b> основы самоменеджмента; <b>уметь:</b> определять приоритеты собственной деятельности; <b>владеть:</b> 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.	<b>знать:</b> основы функционирования рынка труда; <b>уметь:</b> выстраивать траекторию собственного профессионального роста; <b>владеть:</b> способностью оценивать требования рынка труда и предложения образовательных услуг для построения своей карьеры.
	ИУК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.	<b>знать:</b> основные принципы построения карьеры; <b>уметь:</b> строить профессиональную карьеру; <b>владеть:</b> 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.	<b>знать:</b> основы коммуникаций; <b>уметь:</b> следовать принципам недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности; <b>владеть:</b> техниками эффективных коммуникаций с учетом социально-психологических особенностей лиц, участвующих в них.
ПК-3. Способен к	ИПК-3.1 Осуществляет	<b>знать:</b> основные подходы к анализу

<p>проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга в условиях цифровизации.</p>	<p>анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг.</p>	<p>конъюнктуры рынка товаров и услуг;  <b>уметь:</b> систематизировать и обобщать большие массивы первичной и вторичной информации;  <b>владеть:</b> способностью оценивать соотношение планируемого результата и затрачиваемых ресурсов.</p>
	<p>ИПК-3.2 Обеспечивает возможность проведения маркетингового исследования с использованием необходимого инструментария, в том числе цифровых технологий.</p>	<p><b>знать:</b> методы проведения маркетингового исследования;  <b>уметь:</b> работать со специализированными программами для обработки маркетинговой информации; <b>владеть:</b> комплексом маркетинга, а так же необходимым инструментарием в области цифровых технологий.</p>
	<p>ИПК-3.3. Формирует предложения по совершенствованию товарной, ценовой политики, систем сбыта и продаж.</p>	<p><b>знать:</b> различные методы и инструменты товарной, ценовой, сбытовой политики, используемые при планировании, организации и контроле маркетинговых мероприятий в условиях развития цифровой экономики;  <b>уметь:</b> выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет;  <b>владеть:</b> способностью оценивать эффективность проведенных маркетинговых мероприятий, разрабатывать предложения по их совершенствованию.</p>

## 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», «Основы социального управления», «Макроэкономика», «Основы государственного и муниципального управления» и является основой для последующего изучения дисциплин: «Основы управления персоналом», «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.	2	2	9	13	УК-6 УК-9 ПК-3
2	Общие сведения о направлении подготовки «Цифровой маркетинг».	2	2	9	13	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.	4	4	9	17	УК-6 УК-9 ПК-3
4	Коммуникативное взаимодействие	2	2	9	13	УК-6 УК-9 ПК-3
5	Научно-исследовательская работа студентов.	4	4	9	17	УК-6 УК-9 ПК-3
6	Формирование навыков коммуникации и установление взаимоотношений в коллективе.	4	4	9	17	УК-6 УК-9 ПК-3
	Реферат			9	9	УК-6 УК-9 ПК-3
	Подготовка к зачету			9	9	УК-6 УК-9 ПК-3
	Итого	18	18	72	108	

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	2	9	13	УК-6 УК-9

						ПК-3
2	Общие сведения о направлении подготовки «Цифровой маркетинг».	2	2	9	13	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.	4	4	9	17	УК-6 УК-9 ПК-3
4	Коммуникативное взаимодействие	2	2	9	13	УК-6 УК-9 ПК-3
5	Научно-исследовательская работа студентов.	2	2	9	13	УК-6 УК-9 ПК-3
6	Формирование навыков коммуникации и установление взаимоотношений в коллективе.	2	2	9	13	УК-6 УК-9 ПК-3
	Реферат			9	9	УК-6 УК-9 ПК-3
	Подготовка к зачету			9	9	УК-6 УК-9 ПК-3
	Итого	16	16	76	108	

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. Функции управления: планирование, управление персоналом, руководство и контроль. Особенности взаимодействия с аудиторией в сети Интернет. Цели управления бизнесом, с использованием инструментов цифровизации. Масштабируемость. Ресурсы бизнеса. Цифровой маркетинг в системе управления бизнесом. Логистика и управление цепями поставок в системе управления бизнесом.

#### *Тема 2. Общие сведения о направлении подготовки «Менеджмент», профиль «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 «Менеджмент», профиль «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. ВКР в форме Стартап.

*Тема 4. Коммуникативное взаимодействие.*

Коммуникативное взаимодействие «Студент-Преподаватель». Прозрачные системы по освоению дисциплины. Применение цифровых технологий в процессе обучения по профилю «Цифровой маркетинг». Инструменты обратной связи. Доступ к учебным материалам и организация самостоятельной работы. Организация каналов коммуникации. Значимые мероприятия для студентов в дистанционном и смешанном формате. Социологические опросы.

*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. Кметь, Е. Б. Цифровой маркетинг: учебник для вузов / Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко. - 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург: Лань, 2026. - 128 с. - ISBN 978-5-507-54499-8. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/508967>

✓ 2. Яненко, М. Б. Цифровой маркетинг: учебное пособие / М. Б. Яненко, М. Е. Яненко. - Санкт-Петербург: СПбГЛТУ, 2023. - 120 с. - ISBN 978-5-9239-1416-0. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/393806>

##### 4.2. Список дополнительной литературы

✓ 1. Высшее образование в России: вызовы времени и взгляд в будущее: монография / под общ. ред. Р.М. Нижегородцева, С.Д. Резника. — Москва: ИНФРА-М, 2026. - 610 с. - (Научная мысль). - DOI 10.12737/1045402. - ISBN 978-5-16-019406-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2223205>

✓ 2. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография / Л.В. Лapidус. - Москва: ИНФРА-М, 2025. - 381 с. - (Научная мысль). - DOI 10.12737/monography\_5ad4a677581404.52643793. - ISBN 978-5-16-013607-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2163773>

✓ 3. Лисс, Э. М. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / Э. М. Лисс, А. С. Ковальчук. - 4-е изд., испр. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 343 с. - ISBN 978-5-394-05383-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2082503>



### 4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 3. Перечень информационных ресурсов

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

### 4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 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, 2023.

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.	ALT Linux	ALT Linux
2.	Libre Office (Writer; Calc; Impress; Draw; Math; Base.)	СПО
3.	Microsoft Windows 10	Microsoft
4.	Microsoft Office Prof	Microsoft
5.	Браузер Mozilla Firefox	Mozilla Public License

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»	10 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	17 слайдов

## 5. Описание материально-технической базы

Таблица 6. Перечень используемых помещений

№ аудитории	Тип аудитории	Перечень оборудования
А-004	Лекционная аудитория: учебная аудитория для занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций.	Компьютер - 1 шт.; проектор BenQ MS616ST; экран проекционный 213x213; усилитель микрофона Audio Force M8; акустическая система - Quest MS 801W - 4 шт.; стационарный микрофон (на "гусиной шее"), микрофон с проводом; веб-камера с микрофоном; интерактивная доска 77" SMARTBORD 680; программное обеспечение (7-Zip 19.00 (x64), Adobe Acrobat Reader DC-Russian, AIMP, doPDF 7.3 printer, Excel, Master PDF Editor 3.6, Microsoft Edge); доска маркерная; доска ученическая, кафедра, тумба под аппаратуру; мебель учебная.
НК-407	Учебная аудитория: аудитория для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.	Компьютер - 1 шт.; колонки акустические; проектор; доска интерактивная; доска ученическая; наглядные пособия; мебель учебная.

## 6. Порядок аттестации студентов по дисциплине

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

Форма аттестации – зачет.

## 7. Согласование рабочей программы

Соответствует учебному плану, утвержденному Ученым советом ФГБОУ ВО Университета биотехнологий, протокол от « 15 » 12 2015 № 8

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры, протокол от « 15 » 01 2016 № 8

Заведующий кафедрой

(должность)



подпись

Н.А. Щербакова

ФИО

Председатель учебно-методического совета (комиссии)

(должность)



подпись

О.Г. Антошкина

ФИО

Рабочая программа обсуждена и соответствует учебному плану, утвержденному Ученым советом ФГБОУ ВО Университета биотехнологий, 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 Университета биотехнологий, протокол от «     »     20    №    

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

Председатель учебно-методического совета (комиссии)

(должность)

подпись

ФИО