ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сведения о сертификате ЭП

Сертификат: 4187300118CCB3606C1AF1554B071263
Владелец: Бабин Владислав Николаевич
Действителен: с 08.12.2025 г. по 03.03.2027 г.

ФГБОУ ВО Университет биотехнологий

Кафедра управления и отраслевой экономики

Рег. № ЛЦУБ.25.04-1Б

«10» 01 2026 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета экономики и управления

Коваль С.В.
(фио)

(подпись)

ФГОС 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.05 Современные технологии в маркетинге
Шифр и наименование дисциплины

38.04.02 Менеджмент
Код и наименование направления подготовки

Управление бизнесом
Направленность (профиль)

Курс: 2

Семестр: 3

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	5/180			3
В том числе,				
Контактная работа	46			3
Занятия лекционного типа	14			
Занятия семинарского типа	32			
Самостоятельная работа, всего	134			
В том числе:				
Курсовой проект / курсовая работа	КР			3
Контрольная работа / реферат / РГР				
Форма контроля экзамен / зачет / зачет с оценкой	Э			3

Новосибирск 2026

Рабочая программа составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 952.

Программу разработал(и):

Доцент кафедры управления и отраслевой экономики, канд.экон.наук		А.А. Обухов
(должность)	подпись	ФИО

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

Дисциплина «Современные технологии в маркетинге» в соответствии с требованиями ФГОС направлена на формирование следующей компетенции: ПК-3.

Таблица 1. Связь результатов обучения с приобретаемыми компетенциями

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-3. Способен к организации работ по внешнеэкономической деятельности с использованием современных технологий в маркетинге.	ИПК-3.1. Осуществляет организацию работ по внешнеэкономической деятельности, в том числе с использованием инструментов цифрового маркетинга.	**Знать:** особенности использования современных цифровых и интернет-технологий для проведения маркетинговых мероприятий; методологию проведения маркетинговых исследований; основные индикаторы эффективности маркетинговых мероприятий и способы их определения; подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии/ в проекте. **Уметь:** планировать и организовывать маркетинговые мероприятия в Интернет с использованием современных технологий; реализовывать различные виды маркетинговых мероприятий через соцсети и иные информационно-коммуникационные платформы; подбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для реализации маркетинговых мероприятий в цифровом пространстве. **Владеть:** технологией и методологией организации аналитических и практических маркетинговых мероприятий в цифровом пространстве; навыками работы с цифровыми платформами и программными продуктами, необходимыми для решения задач комплекса маркетинговых мероприятий.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.05 Современные технологии в маркетинге относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Данная дисциплина опирается на курсы дисциплин: «Управление инновациями в организации», «Проектный менеджмент», «Управление импортозамещением в России» и является основой для последующего изучения дисциплин «Аграрный маркетинг и экспорт продукции АПК», «Международный бизнес», «Стратегический менеджмент в АПК».

3. Содержание дисциплины (модуля)

Распределение часов по темам и видам занятий представляется в таблице 2.

Таблица 2. Очная форма

№ п/п	Наименование разделов и тем	Количество часов				Формируемые компетенции
		Лекции (Л)	Практические занятия (ПЗ)	Самостоятельная работа (СР)	Всего по теме	
1	2	3	4	5	6	7
Семестр 3						
1	Основы современного цифрового (digital) маркетинга	2	4	10	16	ПК-3
2	Маркетинговые исследования в информационном пространстве	2	5	11	18	ПК-3
3	SMM стратегия и продвижение	2	5	10	17	ПК-3
4	Контекстная реклама и SEO-оптимизация	2	4	10	16	ПК-3
5	Web-аналитика и метрики	2	4	10	16	ПК-3
6	Лидогенерация и воронки продаж	2	5	10	17	ПК-3
7	Нейромаркетинг	2	5	10	17	ПК-3
	Курсовая работа			36	36	ПК-3
	Экзамен			27	27	ПК-3
	Итого	14	32	134	180	

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

3.1. Содержание отдельных разделов и тем

Тема 1. Основы современного цифрового (digital) маркетинга

Специфика цифрового маркетинга. Маркетинговые мероприятия в цифровом пространстве и способы продвижения. Ключевые субъекты процесса организации маркетинговой стратегии. Основные этапы и задачи digital-маркетинга. Инструментарий цифрового маркетинга. Каналы цифровых коммуникаций. Маркетинговая воронка.

Тема 2. Маркетинговые исследования в информационном пространстве

Основные цели и задачи маркетинговых исследований. Организация маркетингового исследования. Объекты и субъекты маркетинговых исследований. Актуальные методы маркетинговых исследований в 21 веке.

Тема 3. SMM стратегия и продвижение

Особенности продвижения в соцсетях. Построение стратегии продвижения в соцсетях. Таргетированная реклама. Современные соцсети и работа маркетолога в условиях ограничений. Стратегия продвижения через интеграцию с ключевыми игроками. Экосистемный подход.

Тема 4. Контекстная реклама и SEO-оптимизация

Настройка рекламы в поисковых системах. Анализ эффективности рекламы в цифровом пространстве. SEO-оптимизация. Особенности эффективных «продающих» сайтов.

Тема 5. Web-аналитика и метрики

Основные метрики, используемые для аналитики текущего состояния. Анализ эффективности маркетинговых мероприятий. Подбор эффективных каналов для реализации маркетинговых мероприятий. Настройка метрик и инструментов.

Тема 6. Лидогенерация и воронки продаж

Особенности формирования воронки продаж в Интернет. Генерация лидов (клиентов). Способы удержания новых клиентов.

Тема 7. Нейромаркетинг

Нейробиология и принятие решений. Маркетинговые эвристики. Продуктовые маркеры. Взаимодействие психологи и маркетинга. Нейрофизиология и принятие решений. Возникновение нейромаркетинга, первые ученые и проведенные исследования. Области применения нейромаркетинга.

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

4.1. Список основной литературы

1. Басовский Л. Е. Маркетинг: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/18431. - ISBN 978-5-16-019248-2. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1913238

2. Николаева М. А. Маркетинг: учебник и практикум / М. А. Николаева, С. А. Калугина. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 364 с. - ISBN 978-5-394-05097-8. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1996266

4.2. Список дополнительной литературы

1. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 589 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-019085-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2208739

2. Токарев Б. Е. Маркетинг рыночных ниш: учебное пособие / Б. Е. Токарев. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2023. — 124 с. - ISBN 978-5-9776-0553-3. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2023951

4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 3. Перечень информационных ресурсов

№ п/п	Наименование	Адрес
1.	«Яндекс. Метрика»	metrika.yandex.ru
2.	Google Analytics	analytics.google.com
3.	ЭБС издательства «ИНФРА-М»	https://znanium.ru/
4.	ЭБС издательства «Лань»	https://e.lanbook.com/

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

1. Методические рекомендации по выполнению курсовых работ / Новосиб. гос. аграр. ун-т; Фак. ЭиУ; сост.: И.Э. Толстова, О.С. Ковалева, О.Г. Антошкина. – Новосибирск, 2024.

2. Современные технологии в маркетинге: методические указания для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов / Новосиб. гос. аграр. ун-т; Фак. ЭиУ; сост.: А.А. Обухов. – Новосибирск, 2024.

4.5. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень 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	Маркетинговые исследования в информационном пространстве	20 слайдов
2.	Презентация	SMM стратегия и продвижение	20 слайда
3.	Презентация	Лидогенерация и воронки продаж	15 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-410	Учебная аудитория: аудитория для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.	Ноутбук; проектор; экран проекционный; доска ученическая; мебель учебная.

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 Университета биотехнологий, протокол от «25» 12 2025 № 8

Рабочая программа обсуждена и утверждена
на заседании кафедры
протокол от «15» января 2026 № 8

Заведующий кафедрой _____ Н.А. Щербакова
(должность) подпись ФИО

Председатель учебно-методического совета (комиссии) _____ О.Г. Антошкина
(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

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