

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.09.2021 14:47:45
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Выдана
на основании кафедры

10.12.2020 г.

протокол № 5

Зав. кафедрой Капустина Л.М.

Утверждена

Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования

20 января 2021 г.

протокол № 6

Председатель



(подпись)

Карх Д.А.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Цифровой маркетинг
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	Маркетинг и реклама
Форма обучения	очная
Год набора	2021

Разработана:
Доцент, к.с.н.
Попова О.И.

Екатеринбург
2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	5
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	9
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	9
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- изучение теоретических основ маркетинговой деятельности и нормативно-правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность;
- формирование навыков совершенствования маркетинговой политики организации;
- формирование навыков согласования показателей эффективности и бюджетирования продвижения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					3.е.
	Всего за семестр	Контактная работа .(по уч.зан.)			Самостоятель ная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектировани е		
Семестр 7						
Экзамен, Курсовая работа	216	56	28	28	124	6

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
информационно-аналитический	
ПК-3 Организация сбора и обработки маркетинговой информации	ИД-1.ПК-3 Знать: Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность Методы проведения маркетингового исследования Правила, нормы и основные принципы этики делового общения Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства

ПК-3 Организация сбора и обработки маркетинговой информации	<p>ИД-2.ПК-3 Уметь:</p> <p>Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования</p> <p>ИД-3.ПК-3 Иметь практический опыт:</p> <p>Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики</p>
ПК-4 Формирование предложений по совершенствованию маркетинговой политики	<p>ИД-1.ПК-4 Знать:</p> <p>Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики</p> <p>Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p> <p>Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях</p> <p>ИД-2.ПК-4 Уметь:</p> <p>Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p> <p>Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования</p> <p>ИД-3.ПК-4 Иметь практический опыт:</p> <p>Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию товарной политики</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж</p> <p>Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>
организационно-управленческий	
ПК-5 Обеспечение соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки	<p>ИД-1.ПК-5 Знать:</p> <p>Основы маркетинговых коммуникаций, в частности инструменты продвижения, реклама, связи с общественностью, спонсоринг, интернет-маркетинг</p> <p>Инструменты тайм-менеджмента Технологии ведения переговоров</p> <p>ИД-2.ПК-5 Уметь:</p> <p>Выстраивать эффективные взаимодействия с подразделениями организации для достижения целевых результатов проекта торгово-промышленной выставки.</p> <p>Согласовывать интересы и убеждать представителей ключевых игроков отрасли экономики, в рамках которой организуется торгово-промышленная выставка, партнеров, спонсоров принимать участие в мероприятиях, направленных на продвижение проекта торгово-промышленной выставки. Использовать события, происходящие во время организации торгово-промышленной выставки, для эффективного продвижения торгово-промышленной выставки среди целевых аудиторий участников и партнеров</p>

ПК-5 соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово- промышленной выставки	Обеспечение ИД-3.ПК-5 Владеть навыками (трудовые действия): Формирование рекомендаций для работников/подразделений организации - профессионального организатора торгово- промышленных выставок, ответственных за маркетинг, по разработке бренд-кодов и стратегии продвижения торгово-промышленной выставки Координация взаимодействия структурных подразделений организации по вопросам разработки и реализации мероприятий маркетингового плана торгово-промышленной выставки Контроль соответствия реализуемого плана мероприятий по продвижению торгово-промышленной выставки миссии и целям торгово-промышленной выставки, а также соглашениям, достигнутым с партнерами, спонсорами, участниками отдельных категорий Заключение соглашений о сотрудничестве в сфере продвижения торгово-промышленной выставки со средствами массовой информации (совместно с работниками/подразделениями организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, ответственными за маркетинг) Разработка планов работ в сфере администрирования, обновления контента и продвижения сайта торгово-промышленной выставки Организация исполнения планов работ в сфере администрирования, обновления контента и продвижения сайта торгово-промышленной
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов	Всего часов	Контактная работа .(по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
	Наименование темы		Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 7		35					
Тема 1.	Система инструментов интернет-маркетинга. Нормативные документы.	35	5		5	25	
Семестр 7		35					
Тема 2.	Составление стратегии продвижения.	35	5		5	25	
Семестр 7		35					
Тема 3.	Подбор каналов продвижения и анализ соответствия выбранных каналов общей маркетинговой стратегии	35	5		5	25	
Семестр 7		38					
Тема 4.	Разработка показателей эффективности продвижения: принципы, приемы и методы	38	8		5	25	
Семестр 7		37					
Тема 5.	Формирование и распределение бюджета на продвижение.	37	5		8	24	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
-------------	-------------------------	------------------------------	---------------------

Текущий контроль (Приложение 4)			
Система инструментов интернет-маркетинга.	Тест Приложение 4	Тест содержит 10 вопросов.	10 б.
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
7 семестр (Эк)	Экзаменационные билеты Приложение 5	Билет содержит два вопроса по изученным темам	100 б.
7 семестр (КР)	Курсовая работа	Перечень курсовых работ(Приложение 3), Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине (Приложение 7)	100 б.

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Система инструментов интернет-маркетинга. Нормативные документы. Основы интернет-маркетинга. Нормативно-правовая база для реализации маркетинговой деятельности.
Тема 2. Составление стратегии продвижения. Маркетинговая политика и стратегия продвижения.
Тема 3. Подбор каналов продвижения и анализ соответствия выбранных каналов общей маркетинговой стратегии организации. Каналы продвижения: подбор и анализ соответствия выбранных каналов.
Тема 4. Разработка показателей эффективности продвижения: принципы, приемы и методы проведения анализа. Маркетинговые коммуникации, инструменты продвижения, реклама, связи с общественностью, спонсоринг, интернет-маркетинг.
Тема 5. Формирование и распределение бюджета на продвижение. Бюджет на продвижение. Показатели.

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Система инструментов интернет-маркетинга. Нормативные документы. Принципы, приемы и методы проведения маркетинговых исследований, веб-аналитика.
Тема 2. Составление стратегии продвижения. Поведение потребителя.
Тема 3. Подбор каналов продвижения и анализ соответствия выбранных каналов общей маркетинговой стратегии организации. Обоснование выбранных каналов продвижения.
Тема 4. Разработка показателей эффективности продвижения: принципы, приемы и методы проведения анализа. Маркетинговый план торгово-промышленной выставки.
Тема 5. Формирование и распределение бюджета на продвижение. Формирование бюджета на продвижение.

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Система инструментов интернет-маркетинга. Нормативные документы. Проведение анализа маркетинговой ситуации на рынке.
Тема 2. Составление стратегии продвижения. Влияние поведения потребителя на разработку маркетинговой политики.
Тема 3. Подбор каналов продвижения и анализ соответствия выбранных каналов общей маркетинговой стратегии организации. Определение общей эффективности рекламной кампании на основе выбранных каналов.
Тема 4. Разработка показателей эффективности продвижения: принципы, приемы и методы проведения анализа. Разработка показателей эффективности продвижения торгово-промышленной выставки.
Тема 5. Формирование и распределение бюджета на продвижение. Разработка бюджета на продвижение.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1.

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Приложение 3

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Курсовая работа должна быть загружена на портфолио

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Приложение 7.

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг. [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров : Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 352 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>

2. Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В. Интернет-маркетинг. [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 301 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450115>

3. Калюжнова Н. Я., Кошурникова Ю. Е. Современные модели маркетинга. [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 170 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454161>

Дополнительная литература:

1. Маркова В.Д. Цифровая экономика. [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 186 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1215151>

2. Романенкова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В. Интернет-маркетинг.: учебник для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям. - Москва: Юрайт, 2016. - 288

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия обеспечивающие тематические иллюстрации.