

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 16.05.2025 15:27:30 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a878808322525	Рабочая программа дисциплины "Поисковый маркетинг" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 "Менеджмент" направленности (профилю) Цифровой маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Поисковый маркетинг

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Цифровой маркетинг

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очно-заочная

Год(ы) набора 2023

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2023 г.

38.03.02 Менеджмент/Цифровой маркетинг/Поисковый маркетинг/2023/очно-заочная

Проректор по учебной работе утверждено 24.04.2023 В.Е. Федоров

Ученым советом факультета управления

Протокол заседания № 8 от 23.03.2023

Председатель Ученого совета
факультета управления

согласовано

С. А. Головихин

Заседанием кафедры менеджмента

Протокол заседания № 12 от 23.03.2023

Заведующий кафедрой

согласовано

Т.Ю. Лушникова

Автор (составитель)

Н. С. Тихонова

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

формирование у студентов глубоких теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга, формирование современного маркетингового мышления

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.1.1.ДВ.04.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Дисциплина логически связана с рядом предшествующих дисциплинам, освоение которых формирует входные знания об основах маркетинга с использованием современных средств поиска и обработки данных, техник, приёмов эффективных маркетинговых исследований

Основы маркетинга

Организация маркетингового исследования

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

В процессе освоения дисциплины должны быть приобретены теоретические и практические знания и навыки основ маркетинга с использованием современных технологий, техник, приёмов эффективных маркетинговых исследований

Бренд-менеджмент

Логистика и маркетинг

Методы маркетинговых исследований

Основы управление проектами

Психология потребителя в цифровой среде

Технологии цифрового маркетинга

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2: Способен применять специализированные программы для продвижения товаров и услуг в сети Интернет

Знать:

иметь представление о содержании специализированных программ для продвижения товаров и услуг в сети Интернет

Уметь:

способен анализировать и прогнозировать рыночную конъюктуру, применять современные техники для продвижения товаров и услуг в сети Интернет

Владеть:

навыками проведения маркетинговых исследований спроса в сети Интернет

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет;
3.1.2	- способы систематизации и обобщения маркетинговой информации, в том числе за счет интернет среды;
3.1.3	- основные поисковые системы и каталоги в России и зарубежном;
3.1.4	- форматы рекламных сообщений и методы оценки эффективности интернет-рекламы.
3.2	Уметь:
3.2.1	- позиционировать веб-сайт в поисковых системах и каталогах;
3.2.2	- использовать веб-сайт как инструмент маркетинга;
3.2.3	- составлять описание сайтов для каталогов;
3.2.4	- оптимизировать веб-сайт под поисковые системы;
3.2.5	- планировать рекламные кампании в Интернете.
3.3	Владеть:



- 3.3.1 - навыками проведения маркетинговых исследований в сети Интернет;
- 3.3.2 - навыками комплексной работы в сети Интернет;
- 3.3.3 - навыками организовать эффективную маркетинговую деятельность через интернет среду.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость		3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	: 108	Виды контроля в семестрах: зачеты 7
в том числе	:	
аудиторные занятия	: 14	
самостоятельная работа	: 91,65	
:	:	
контактная работа:	16,35	
ИКР:	2,35	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
Раздел 1. Инструменты цифрового маркетинга				
1.1	Инструменты цифрового маркетинга /Лек/	7	0,5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
1.2	Инструменты цифрового маркетинга /Пр/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
1.3	Инструменты цифрового маркетинга /Ср/	7	12	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
1.4	Инструменты цифрового маркетинга /ИКР/	7	0,3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
Раздел 2. Основы поисковой оптимизации				
2.1	Основы поисковой оптимизации /Лек/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
2.2	Основы поисковой оптимизации /Пр/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
2.3	Основы поисковой оптимизации /Ср/	7	12,1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
Раздел 3. Виды поисковых запросов				
3.1	Виды поисковых запросов /Лек/	7	0,5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1



3.2	Виды поисковых запросов /Пр/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
3.3	Виды поисковых запросов /Ср/	7	12,2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
3.4	Виды поисковых запросов /ИКР/	7	0,3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
Раздел 4. Семантическое ядро: Ключевые слова				
4.1	Семантическое ядро: Ключевые слова /Лек/	7	0,5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
4.2	Семантическое ядро: Ключевые слова /Пр/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
4.3	Семантическое ядро: Ключевые слова /ИКР/	7	0,3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
4.4	Семантическое ядро: Ключевые слова /Ср/	7	12,25	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
Раздел 5. Оптимизация и поисковый аудит. Ссылки				
5.1	Оптимизация и поисковый аудит. Ссылки /Лек/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
5.2	Оптимизация и поисковый аудит. Ссылки /Пр/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
5.3	Оптимизация и поисковый аудит. Ссылки /Ср/	7	12,1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
5.4	Оптимизация и поисковый аудит. Ссылки /ИКР/	7	0,3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
Раздел 6. Медийная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности				
6.1	Медийная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности /Лек/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
6.2	Медийная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности /Пр/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1



6.3	Медийная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности /Ср/	7	11	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
6.4	Медийная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности /ИКР/	7	0,3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
Раздел 7. Социальные сети. Порталы и блоги				
7.1	Социальные сети. Порталы и блоги /Лек/	7	0,5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
7.2	Социальные сети. Порталы и блоги /Ср/	7	10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
7.3	Социальные сети. Порталы и блоги /Пр/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
7.4	Социальные сети. Порталы и блоги /ИКР/	7	0,35	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.4 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1
Раздел 8. Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами. Веб-аналитика				
8.1	Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами. Веб-аналитика /Лек/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
8.2	Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами. Веб-аналитика /Пр/	7	1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
8.3	Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами. Веб-аналитика /Ср/	7	10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1
8.4	Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами. Веб-аналитика /ИКР/	7	0,5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Тематика докладов для круглого стола и публичных выступлений-интерактивная презентация доклада
Вопросы для устного и письменного опроса
Тематика контрольных работ
Вопросы к зачету, тесты

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

- Вопросы для самоподготовки к зачету
1. Понятие и структура интернет-маркетинга.
 2. Участие интернет маркетолога в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса.
 3. Понятие и цели поисковой оптимизации. Методы поисковой оптимизации.
 4. Перспективы использования маркетинга в Интернет-экономике.



5. Особенности алгоритмов поисковых систем Yandex и Google.
6. Оптимизация сайта под требования поисковых систем. Ошибки и рекомендации
7. Виды и средства интернет-рекламы.
8. Рекламные системы и платформы.
9. Оценка экономической эффективности рекламы.
10. Поисковой маркетинг: понятие, преимущества, недостатки, цели применения.
11. Поисковые системы как источники информации для проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.
12. Процесс маркетинговых исследований на электронном рынке.
13. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности интернет маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта.
14. Показатели эффективности интернет-рекламы.
15. Анализ эффективности продвижения сайта в поисковых системах.

Типовые тестовые задания

1. Что такое поисковая оптимизация сайта?

- а) Поисковая оптимизация — это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину
- б) Поисковая оптимизация — это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП10 Яндекса и Google
- в) Поисковая оптимизация — это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт
- г) Поисковая оптимизация — это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов

2. Bounce rate - это:

- а) показатель отказов
- б) показатель привлечения посетителей на сайт
- в) метрика эффективности рекламы
- г) метрика эффективности интернет-маркетинга

3. CPC - это:

- а) модель оплаты рекламы за тысячу показов
- б) модель оплаты рекламы за клик
- в) показатель, отражающий отношение числа кликов к числу показов
- г) показатель, отражающий отношение числа показов к числу кликов

4. CPM – это:

- а) модель оплаты рекламы за тысячу показов
- б) модель оплаты рекламы за клик
- в) показатель, отражающий отношение числа кликов к числу показов
- г) показатель, отражающий отношение числа показов к числу кликов

5. Социальные медиа - это:

- а) блоги
- б) социальные сети
- в) сайты обмена фото и видео
- г) все ответы верны

6. Преимущество контекстной рекламы:

- а) целевой характер
- б) формирование имиджа компании
- в) небольшие затраты
- г) широкий выбор сервисов

7. Наиболее привлекательная модель оплаты рекламы для российских площадок:

- а) CPC
- б) CPM
- в) CPA
- г) CPV

8. Наиболее привлекательная модель оплаты рекламы для рекламодателей:

- а) CPC
- б) CPM
- в) CPA
- г) CPV



9. Ошибка продвижения в социальных сетях:

- а) тематика, не соответствующая интересам аудитории
- б) неактивное сообщество
- в) низкая частота публикации контента
- г) все ответы верны

10. Какие способы сегментации пользователей в Интернете доступны:

- а) гендерная сегментация
- б) сегментация по интересам
- в) сегментация по возрастным группам
- г) все ответы верны

11. Какая из приведенных социальных сетей ориентирована на профессиональную аудиторию:

- а) Одноклассники
- б) Facebook
- в) Вконтакте
- г) LinkedIn

12. Маркетинг в сети Интернет – это

- а) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными
- б) комплекс мер по изучению спроса и предложения на рынке товаров и услуг с последующим продвижением и рекламированием их через Интернет
- в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений

13. Преимущества рекламы в Интернет

- а) возможность интерактивного контакта
- б) избирательность
- в) небольшое число пользователей в странах СНГ
- г) относительно низкие затраты

14. Он-лайн-каталог – это

- а) любые организации, взаимодействующие через Интернет
- б) это электронный каталог, который дает возможность покупателю использовать мощные поисковые средства Интернета и возможность сравнения товаров
- в) компания, предоставляющая услуги по организации систем электронной коммерции в виде сдачи в аренду аппаратно-программных комплексов для ведения коммерческой деятельности
- г) наиболее широко распространенное средство поиска информации в сети

15. Организация, предоставляющая доступ к Интернету, называется

- а) обозревателем
- б) браузер
- в) провайдером
- г) сервис-центром

16. К Интернет-рекламе относятся носители:

- а) текстовые блоки
- б) баннеры
- в) FullScreen

17. CTR - это:

- а) модель оплаты рекламы за тысячу показов
- б) модель оплаты рекламы за клик
- в) показатель, отражающий отношение числа кликов к числу показов
- г) показатель, отражающий отношение числа показов к числу кликов

18. Какие бывают типы запросов пользователей (в поисковой строке поисковой машины):

- а) Информационные
- б) Транзакционные
- в) Положительные
- г) Коммерческие/некоммерческие
- д) Навигационные

19. Набор ключевых слов или ключевая фраза, с помощью которой пользователь ищет интересующую его информацию на поисковом сервере, называется:

- а) запрос
- б) пароль
- в) пин-код
- г) код доступа



20. Хранящаяся на поисковом сервере база данных, по которой осуществляется поиск запрошенной пользователем информации, и которая, как правило, содержит ссылки на проиндексированные ресурсы и краткую информацию о них, называется:

- а) поисковая система
- б) индекс поисковой системы
- в) индекс сервера
- г) информационный портал

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Тематика контрольных работ

Тема Инструменты цифрового маркетинга.

1. Состояние и тенденции развития Интернет-рынка
2. Комплекс Интернет-маркетинга
3. Особенности поведения потребителей в Интернете
4. Теория поколений и ее применение в Интернет-маркетинге

Тема Поисковая оптимизация

1. Алгоритмы индексации Яндекс и Google
2. Способы белой оптимизации
3. Инструменты поисковой статистики
4. Формирование семантического ядра

Тема Медийная-реклама

1. Разработка рекламной кампании в Интернете
2. Баннерные сети в России
3. Особенности контекстной рекламы в Яндекс.Директ и Google AdWords
4. Оценка эффективности интернет-рекламы

Тема Социальные сети

1. Продвижение аккаунта в Инстаграме
2. Создание и продвижение страницы в сети Вконтакте
3. Формирование контент-плана
4. Разработка контента для социальных сетей

Вопросы для устного и письменного опроса

1. Перспективы использования маркетинга в Интернет-экономике.
2. Цели, функции и субъекты маркетинга в Интернет.
3. Ограничения использования Интернет в маркетинговой деятельности
4. Понятие поисковой оптимизации.
5. Особенности алгоритмов поисковых систем Yandex и Google.
6. Оптимизация сайта под требования поисковых систем. Ошибки и рекомендации
7. Виды и средства интернет-рекламы.
8. Рекламные системы и платформы.
9. Оценка экономической эффективности рекламы
10. Популярные социальные сети и сервисы.
11. Механизм создания сообществ в социальных сетях.
12. Продвижение компании в социальных сервиса

6.4. Критерии оценивания

При успешном (удовлетворительном) усвоении дисциплины и получении итоговой оценки - критериальный показатель – зачтено.

Критерии итоговой оценки

«Зачтено» - студент обнаруживает систематические и глубокие знания по темам дисциплины; владеет материалами основной и дополнительной литературы, рекомендованной программой курса; глубоко понимает взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии; умеет связать теоретические основы методологии науки с процессом исследования; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

«Незачтено» - студент обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в трактовке основных концепций и категорий курса, не понимает специфику количественных и качественных методов, фундаментальных и прикладных исследований.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций для тестирования:

не зачтено - % выполненных заданий менее 61



зачтено - % выполненных заданий более 61

Показатели и критерии оценивания компетенций для текущей аттестации:

Круглый стол (дискуссия) - критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он полно усвоил учебный материал; проявляет навыки анализа, обобщения, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; высказывать свою точку зрения; продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;
- оценка «хорошо» ставится, если: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание выступления; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации;
- оценка «удовлетворительно» ставится, если: неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; студент не может применить знание теории в процессе дискуссии;
- оценка «неудовлетворительно» ставится, если: не раскрыто основное содержание учебного материала; при ответе на вопросы обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.

Разработка блок-схемы - критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он свободно владеет понятийным аппаратом, умеет использовать его при анализе заявленной проблемы; демонстрирует знание и свободное владение фактическим материалом в защите представленной блок-схемы; логичность и последовательность в демонстрации материала;
- оценка «хорошо» ставится, если: владеет понятийным аппаратом, но при использовании его допускает неточности; незначительные неточности в изложении фактического материала; испытывает отдельные затруднения в логичности и последовательности демонстрации материала;
- оценка «удовлетворительно» ставится, если: знает содержание понятий, но допускает ошибки в их использовании; испытывает затруднения в изложении фактического материала; испытывает значительные трудности при анализе фактического материала и формировании решения проблем; материал в значительной степени излагается бессистемно и с нарушением логических связей;
- оценка «неудовлетворительно» ставится, если: не владеет основными понятиями по предмету; отсутствие логики в демонстрации материала; фактический материал не соответствует заданию.

Деловая ситуация (деловая игра) - критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент легко ориентируется в содержании деловой ситуации выбранной по теме учебного материала, свободно пользуется понятийным аппаратом, обладает умением связывать теорию с практикой, решать практические задачи, высказывать и обосновывать свои суждения; предполагает грамотное, логическое изложение своей позиции; поведение игрока естественное, речь уверенная, в ходе игры использует наглядные материалы (реквизит, слайды);
- оценка «хорошо» ставится, если студент в ходе игры демонстрирует полное освоение теоретического материала, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает свою позицию, но содержание, форма ответов и комментариев имеют отдельные неточности;
- оценка «удовлетворительно» ставится, если студент в ходе участия в деловой игре обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических задач, не умеет доказательно обосновать свои суждения;
- оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач.

Публичное выступление (интерактивная презентация доклада) - критерии оценки:

- оценка «отлично» - проектная работа соответствует цели и отвечает на проблемные вопросы; проведены



коллективные обсуждения в ходе работы над проектом; результаты работы, представленные при помощи компьютерных средств, оформлены в соответствии с правилами; устное выступление участника логично; выступление подкреплено презентацией или публикацией; в ходе устного выступления даны ответы на все дополнительные вопросы аудитории;

- оценка «хорошо» - проектная работа соответствует цели и отвечает на некоторые проблемные вопросы; проведены коллективные обсуждения в ходе работы над проектом; результаты работы, представленные при помощи компьютерных средств, содержат незначительные ошибки в оформлении; устное выступление участника логично, присутствуют незначительные грамматические и лексические ошибки, не мешающие пониманию материала; выступление частично подкреплено презентацией или публикацией; в ходе устного выступления даны ответы на некоторые вопросы аудитории;

- оценка «удовлетворительно» - проектная работа не совсем точно отражает цель проекта и его проблемные вопросы; участник проекта провел коллективное обсуждение в ходе работы над проектом; результаты работы, представленные при помощи компьютерных средств, оформлены с грубыми нарушениями правил; устное выступление участника не всегда логично, присутствуют грамматические и лексические ошибки, которые затрудняют понимание; выступление подкреплено не достаточной презентацией; студент затрудняется дать правильные ответы на дополнительные вопросы аудитории;

- оценка «неудовлетворительно» - проектная работа совсем не отражает цель проекта и его проблемные вопросы; участник проекта не провел коллективное обсуждение в ходе работы над проектом; результаты работы, не представлены при помощи компьютерных средств; устное выступление участника не логично, присутствуют грамматические и лексические ошибки, которые затрудняют понимание; выступление происходит без презентации; студент не отвечает на дополнительные вопросы аудитории.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.1	Твердохлебова М. Д.	Интернет-маркетинг: учебник (https://book.ru/book/947409)	Москва : КноРус, 2023	ЭБС
Л1.2	Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В.	Интернет-маркетинг: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/510958)	Москва : Юрайт, 2023	ЭБС
Л1.3	Овсянников А. А.	Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/515049)	Москва : Юрайт, 2023	ЭБС
Л1.4	Реброва Н. П.	Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/513383)	Москва : Юрайт, 2023	ЭБС
Л1.5	Рыжикова Т.Н.	Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг: учебное пособие (https://znanium.com/catalog/document?id=415465)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.1	Грибов В. Д.	Основы маркетинга сферы услуг: учебное пособие (https://book.ru/book/944933)	Москва : КноРус, 2023	ЭБС
Л2.2	Наумов В.Н.	Маркетинг: учебник (https://znanium.com/catalog/document?id=426069)	Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023	ЭБС
Л2.3	Шевченко Д. А.	Маркетинг услуг: учебник для вузов: учебник (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700362)	Москва : Директ-Медиа, 2023	ЭБС



7.1.3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛЗ.1	Карпова С. В.	Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов (https://urait.ru/bcode/530925)	Москва : Юрайт, 2023	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	1. Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. – URL: http://e.lanbook.com/ . 2. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО ДиректмедиаПаблицинг. – URL: http://biblioclub.ru/ . 3. Юрайт [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. – URL: https://biblio-online.ru . 4. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Научно-издательский центр ИНФРА-М. – URL: http://znanium.com/ . 5. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство КноРус. – URL: https://www.book.ru/ . 6. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон.б-ка. – URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp .			
----	---	--	--	--

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

MS Office365

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для реализации дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения с возможностью использования переносного мультимедийного оборудования (экран, ноутбук, проектор, колонки).

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий для демонстрации слайдовых презентаций. Мультимедийное сопровождение лекционных занятий обеспечивается видеопрезентациями и видеокейсами из медиатеки методического кабинета факультета управления.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета для проведения тестирования в программе Moodle.

Наличие систем Wi-Fi во 2-ом и 4-ом учебных корпусах позволяет использовать интерактивные методы ведения занятий с использованием Интернет-ресурсов, проводить консультации с использованием электронной почты.

С целью повышения качества образовательных услуг необходимая организационная и учебно-методическая информация, сопровождающая учебный процесс, помещена на сайте факультета управления. Конфиденциальность информации обеспечивается наличием личных кабинетов студентов.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (чаты.) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта).

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)



Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студента на всех занятиях аудиторной формы (лекции, практические занятия), выполнение контрольных мероприятий, планомерную самостоятельную работу. В ходе освоения дисциплины студент расширяет свой социальный опыт, развивает такие общекультурные и профессиональные компетенции как овладение навыками исследовательской деятельности; целеполагание, планирование, анализ и рефлексия в процессе познания; формирование целостного экономического мышления; расстановка приоритетов и нахождение оптимальных решений в различных ситуациях; и др.

В ходе освоения дисциплины деятельность студента направлена на решение следующих задач:

- логическое мышление, навыки создания научных работ по вопросам профессиональной деятельности, ведения научных дискуссий;
- развитие навыков работы с разноплановыми источниками;
- осуществление эффективного поиска информации и критики источников;
- получение, обработка и сохранение источников информации;
- преобразование информации в знание, осмысливание процессов, событий и явлений в области профессиональной деятельности в их динамике и взаимосвязи;
- формирование и аргументированное отстаивание собственной позиции по различным проблемам профессиональной деятельности.

В учебной дисциплине студент должен ориентироваться на самостоятельную проработку учебного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение итоговой исследовательской работы и компьютерного тестирования, самостоятельное изучение разделов курса.

Успешное освоение дисциплины предполагает обязательное посещение практических занятий, выполнение творческих и поисковых заданий, запланированной исследовательской работы, а также компьютерного тестирования.

Подготовка к практическим занятиям:

- студент должен внимательно ознакомиться с материалом, относящимся к данному занятию по учебнику и учебным пособиям;
- выписать основные термины;
- выполнить творческое или поисковое задание, сформулировать возникшие вопросы и постараться получить на них ответ заранее (до практического занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована студентами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к промежуточной аттестации:

К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса студент может познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для самоподготовки.

Рекомендации для организации работы студента на лекции

Ведущую роль в организации учебного процесса играют лекции, которые определяют содержание и направленность работы студентов в освоении научных знаний, выполняют образовательную, воспитательную и учебно-организационную функцию. Самостоятельная работа студентов с лекционным материалом, состоящая из его повторения, структурирования, анализа, способствует более глубокому усвоению полученных знаний.

Особое значение в организации самостоятельной работы имеет вводная лекция преподавателя. Раскрывая сущность предмета и методы истории как науки, преподаватель знакомит с основными формами организации учебной деятельности в вузе. В лекции обобщаются результаты научных исследований, дается представление о современной историографической ситуации. На лекции студенты вооружаются необходимым минимумом знаний для самостоятельной работы, преподаватель указывает ее цель и основные направления, наделяет инструментарием в виде рабочей программы и методических рекомендаций, что позволяет впоследствии адекватно организовывать собственную самостоятельную работу.

Тематические и обзорные лекции требуют от студента дополнительной подготовки. Во-первых, необходимо знать содержание предшествующей лекции, без чего невозможно сознательно усвоить новый материал. Особое значение предварительная подготовка приобретает в тех случаях, когда в лекциях освещаются не все вопросы программы курса и ряд вопросов, не представляющих большой трудности, выносятся на самостоятельное изучение. Лектор в ходе лекции указывает, какие именно разделы темы должны быть самостоятельной изучены, предлагает список источников и литературы, с которыми необходимо ознакомиться, комментирует формы отчетности по самостоятельной работе.

Во-вторых, необходимо слушать лекцию и одновременно ее конспектировать. Правильно организованное



конспектирование способствует подготовке к контрольной работе и тестированию.

Вести запись лекции предлагается в общей тетради, пронумеровав ее и оставив первые страницы для оглавления, что дает возможность быстро найти нужную лекцию. В тетради предлагается записывать дату, номер лекции, тему и план лекции; название вопросов во время лекции можно не записывать, а лишь обозначить их порядковый номер согласно плану.

Целесообразно в лекционной тетради оставить широкие поля, которые можно использовать для записи ссылок на литературу и источники, цитат, а также заполнять их дополнительным материалом при самостоятельном чтении рекомендованной литературы и при подготовке к контрольной работе.

Дословно записывать содержание лекции нет необходимости. Конспектирование предполагает фиксирование лишь основных положений, главных мыслей и выводов. Самостоятельная работа студента на лекции и заключается в выделении главного материала. Лекцию необходимо воспринимать творчески, избегать механического записывания, фиксировать ранее неизвестную информацию. Студенту рекомендуется в тот же день обработать свой конспект: прочесть его, вписать пропущенное, исправить неточные выражения, формулировки, искажения, подчеркнуть важные места. По итогам лекционного курса конспекты лекций могут быть проверены преподавателем.

Рекомендации для организации работы студента при подготовке к практическому занятию (семинару)

Для наиболее эффективного достижения результата изучения данной дисциплины подготовку к семинару следует начинать сразу же после лекции по данной теме или консультации преподавателя.

В процессе углубленного чтения литературы можно составлять краткие конспекты, тезисы своих выступлений, делать необходимые выписки, чтобы затем на семинаре активно участвовать в обсуждении всех вопросов.

Конспекты лучше вести в той же тетради, в которой конспектируются лекции по данной дисциплине.

Самостоятельная работа студентов по изучаемой дисциплине проводится в соответствии с предложенными темами.

По каждой теме сформулированы виды и содержание самостоятельной работы студентов.

Следующим этапом учебной деятельности студентов является выполнение компьютерного тестирования по

дисциплине. Тестирование проверяет знания студентов по изученным темам дисциплины. Контрольное

тестирование выполняется в компьютерном классе в присутствии преподавателя. Сроки выполнения тестирования – согласовываются с преподавателем.

Тестовые задания размещены в системе MOODLE. Чтобы получить в нее доступ, необходимо зарегистрироваться.

Для этого следует зайти на главную страницу сайта <http://moodle.uio.csu.ru>.

В течение всего семестра для студентов проводится консультация. На консультацию приглашаются студенты, по вопросам связанным с освоением материала дисциплины. Сроки проведения консультации в соответствии с графиком, можно уточнить на кафедре менеджмента.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и голо информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося.

1. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения: портативный компьютер с вводом/выводом шрифтом Брайля с синтезатором речи «EIBraile-W14J G2»; ноутбуки с программной экранного доступа NVDA; электронные увеличители для удаленного просмотра; видеоувеличители портативные; тифлоплеер; цифровые диктофоны.

2. Мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями слуха: система свободного звукового поля со встроенной совместимостью с FM-устройствами; радиоклассы «Сонет-PCM» с передатчиком, заушным индуктором и индукционной петлей; система информационная для слабослышащих переносная «Исток» A2 со встроенным плеером – звуковым информатором; документ-камера; программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования.

3. Ассистивные информационные технологии: программное обеспечение экранного доступа с синтезом речи NVDA; программы экранного увеличения; программы речевого синтеза для компьютеров и ноутбуков; программы речевого синтеза для мобильных устройств; экранная клавиатура; экранная лупа.

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации NVDA, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.



Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах, с помощью специальных технических и программных средств (рабочее место для незрячего пользователя с программным обеспечением экранного доступа с синтезом речи NVDA, рабочее место с компьютерным роллером и клавиатурой Clevy с большими кнопками и с разделяющей клавиши накладкой).

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий (Moodle, Adobe Connect Pro и пр.).

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья используется индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации направлены на индивидуализацию обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей, обучающихся:

- а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме шрифтом Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика);
- б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);
- в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.