

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	МИНОВНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 18.05.2025 14:10:23 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a878808522525	Рабочая программа дисциплины "Цифровой маркетинг" по направлению подготовки (специальности) "Менеджмент", направленности (профилю) Маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Цифровой маркетинг

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Маркетинг

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2022

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

Челябинск 2022 г.



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 знаний основ цифрового навыков проведения маркетинговых исследований, навыков анализа и проектирования маркетинговой деятельности в Интернете.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.17

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Ведение в специальность

Маркетинговые исследования

Рекламная деятельность

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

Теория и практика брендинга

Стратегия продвижения в сети "интернет"

Преддипломная практика

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Управление стратегиями интернет-продвижения

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

ПК-2: Способен применять знания для управления реализацией стратегии интернет-продвижения

Знать:

теоретические аспекты управления реализацией стратегии интернет-продвижения в цифровом маркетинге

Уметь:

осуществлять тактическое управление стратегиями продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «интернет»

Владеть:

Владеть методами корректировки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «интернет» в цифровом маркетинге

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:

3.1.1 Знать теоретические аспекты управления реализацией стратегии интернет-продвижения в цифровом маркетинге

3.2 Уметь:

3.2.1 Уметь осуществлять тактическое управление стратегиями продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «интернет»

3.3 Владеть:

3.3.1 Владеть методами корректировки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «интернет» в цифровом маркетинге

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость

2 ЗЕТ

Часов по учебному плану : 72

в том числе :

аудиторные занятия : 20

самостоятельная работа : 43

часов на контроль : 9

Виды контроля в семестрах:

экзамены 8



5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Поиск маркетинговой информации в Интернете			
1.1	Виды маркетинговой информации в Интернете. /Лек/	8	10	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3
	Раздел 2. Виды маркетинговых исследований в Интернете			
2.1	Формы и методы маркетинговых исследований в Интернете. /Лаб/	8	10	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3
	Раздел 3. Планирование рекламных кампаний в Интернете.			
3.1	Содержание медиапланирования в Интернет /Ср/	8	8	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3
3.2	Медиапланирование и рекламная стратегия /Ср/	8	8	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3
3.3	Критерии выбора средств распространения рекламы /Ср/	8	8	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3
3.4	Методы расчета рекламного бюджета /Ср/	8	12	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3
3.5	Разработка графика размещения рекламы в Интернет /Ср/	8	7	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Контрольные вопросы

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

1. История развития сети Интернет.
2. Концепция построения сети Интернет.
3. Сервисы сети Интернет.
4. Технологии Интернета в маркетинге.
5. Маркетинговые исследования в сети Интернет.
6. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.
7. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
8. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
9. Тенденции современного E-mail маркетинга.
10. Модели поведения посетителей сайтов
11. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
12. Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
13. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
14. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
15. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
16. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
17. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.
18. Создание и регистрация сайта.
19. Разработка SEO friendly сайта.
20. Виды интернет-рекламы.
21. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
22. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
23. Оценка эффективности рекламной кампании.
- 24 SMM. Методы и стратегии.
25. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
26. PR в интернет.
27. Модели электронного бизнеса и их характеристика.
28. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
29. Внутренняя оптимизация сайта.
30. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.



- 31. Конкурс как инструмент лидогенерации.
- 32. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.
- 33. Виды и юзабилити мобильных приложений
- 34. Понятия сплит- и мультивариантного тестирования, сегментирования и когортного анализа.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

- 1. История развития сети Интернет.
- 2. Концепция построения сети Интернет.
- 3. Сервисы сети Интернет.
- 4. Технологии Интернета в маркетинге.
- 5. Маркетинговые исследования в сети Интернет.
- 6. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.
- 7. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
- 8. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
- 9. Тенденции современного E-mail маркетинга.
- 10. Модели поведения посетителей сайтов
- 11. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
- 12. Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
- 13. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
- 14. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
- 15. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
- 16. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
- 17. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.
- 18. Создание и регистрация сайта.
- 19. Разработка SEO friendly сайта.
- 20. Виды интернет-рекламы.
- 21. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
- 22. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
- 23. Оценка эффективности рекламной кампании.
- 24. SMM. Методы и стратегии.
- 25. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
- 26. PR в интернет.
- 27. Модели электронного бизнеса и их характеристика.
- 28. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
- 29. Внутренняя оптимизация сайта.
- 30. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.
- 31. Конкурс как инструмент лидогенерации.
- 32. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.
- 33. Виды и юзабилити мобильных приложений
- 34. Понятия сплит- и мультивариантного тестирования, сегментирования и когортного анализа.

6.4. Критерии оценивания

Критерии оценивания заданий:

"Не зачтено": Набранная сумма баллов (% выполненных заданий) (max – 100) < 60

"Зачтено": Набранная сумма баллов (% выполненных заданий) (max – 100) >= 60

Критерии оценивания практических заданий:

1) Полнота ответа

Ответ обучающегося полностью раскрывает задание - 2 б.

Ответ частично раскрывает задание - 1 б.

Ответ не раскрывает задание или не соответствует заданию - 0 б.

2) Самостоятельность

Ответ выполнен полностью самостоятельно, не содержит прямого копирования внешних источников - 2 б.

Ответ выполнен самостоятельно, содержит частичное копирование внешних источников - 1 б.

Ответ полностью состоит из материала, скопированного из внешних и источников - 0 б.

3) Соответствие примеров заданию



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Цифровой маркетинг" по направлению подготовки (специальности)
"Менеджмент" направленности (профилю) Маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 6

Ответ на задание содержит примеры, которые соответствуют заданию и разработаны обучающимся самостоятельно - 2 б.
Ответ на задание содержит примеры, которые не полностью соответствуют заданию, либо разработаны не самостоятельно - 1 б.

Ответ на задание не содержит примеров, либо примеры неверны - 0 б.

"Не зачтено": Набранная сумма баллов (мах – 6) < 3

"Зачтено": Набранная сумма баллов (мах – 6) >= 3

Требования (критериальные показатели) к уровням освоения программы

«Зачтено» – студент владеет содержанием учебного материала; умеет связывать теорию с практикой, решает задачи, теоретические выводы подтверждает примерами, фактами, данными научных исследований; осуществляет

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

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Акулич М.В.	Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров (http://znanium.com/catalog/document?id=358148)	Москва : Дашков и К, 2020	ЭБС
Л1.2	Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В.	Технология интернет-маркетинга: учебник для спо (https://urait.ru/bcode/509167)	Москва : Юрайт, 2022	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Powerbranding.ru
Э2	Adindex.ru
Э3	Cossa.ru

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

LMS Moodle
MS Office365
Adobe Connect Acrobat
Microsoft Visual Studio Community 2017
VirtualBox
Visual Studio

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, для текущего контроля и промежуточной аттестации; помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины

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

© ФГБОУ ВО «ЧелГУ»



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

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» А2 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 учебных 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.

