

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра маркетинга и
международного
администрирования**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра маркетинга и
международного
администрирования**

наименование кафедры

и.о. И.В. Филимоненко

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
DIGITAL MARKETING**

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.02 Digital marketing

Направление подготовки /
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения

Год набора

очная

2019

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

090000 «ИНФОРМАТИКА И ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

09.03.03 Прикладная информатика

Программу
составили

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины «Digital marketing» является овладение базовым набором знаний и умений для ведения маркетинговой деятельности, а также практических навыков, необходимых для эффективной ее организации в области управления предприятием, в условиях развития цифровой экономики.

Учебная дисциплина «Digital marketing» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 09.03.03 «Прикладная информатика». Дисциплина «Digital marketing» формирует систему знаний о современных технологиях ведения маркетинговой деятельности в цифровой среде на основе анализа тенденций развития общества и экономики. Полученные в ходе изучения дисциплины «Digital marketing» практические навыки и умения позволят в дальнейшем выпускнику бакалавриата ориентироваться в направлениях профессиональной деятельности и соответствовать изменяющимся потребностям на рынке труда.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи изучения дисциплины «Digital marketing» раскрываются согласно системе знаний, умений и навыков в профессиональной сфере и в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки бакалавров 09.03.03 «Прикладная информатика».

Для реализации поставленных целей студент должен:

- иметь системное представление об информационном обществе как о новом этапе развития экономических и межличностных отношений;
- понимать особенности развития цифрового общества и цифровой экономики;
- обладать навыками применения цифровых технологий для успешного ведения маркетинговой деятельности.

Профессиональная компетентность объединяет в себе профессиональные знания, умения и навыки, обеспечивая возможность воспроизводить усвоенные способы деятельности в нестандартной ситуации, адаптируя к ним ранее усвоенные алгоритмы.

Дисциплина ориентирована на формирование у студентов знаний:

- особенностей функционирования цифровой экономики;
- отличий концепций классического и цифрового маркетинга;
- цифровых технологий и возможностей их использования в маркетинговой деятельности.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

УК-2:Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1:Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения
УК-2.2:Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ
УК-2.3:Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах
УК-3:Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1:Знает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия
УК-3.2:Умеет действовать в духе сотрудничества; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста
УК-3.3:Владеет навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Digital marketing» является дисциплиной по выбору, обеспечивая преемственность и гармонизацию изучения профессиональных дисциплин ООП подготовки студентов-бакалавров направления 09.03.03 «Прикладная информатика».

Дисциплина «Digital marketing» относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования. В правильном формировании профессиональной компетентности важную роль играет междисциплинарная интеграция, обеспечивающая формирование интегрального типа профессионального мышления бакалавра. В рамках интеграции будущий бакалавр обязан научиться использовать полученные знания, междисциплинарные умения и навыки в области общих гуманитарных и социально-экономических, общих

математических и естественнонаучных, общепрофессиональных и специальных дисциплин, применять методологический аппарат изучаемой дисциплины «Digital marketing» в интегративной связи с методологическим инструментарием других дисциплин при формировании целостной модели решения комплексных познавательных и профессиональных задач. Другим аспектом междисциплинарной интеграции является понимание сущности, места, роли изучаемой дисциплины «Digital marketing» в общественном устройстве как таковом и в области социально-экономических дисциплин, в частности, в использовании его методов для решения профессиональных задач.

Студент должен видеть связь дисциплины «Digital marketing» с другими дисциплинами программы и использовать ее при приобретении знаний, навыков и умений, предусмотренных в процессе обучения. Изучение дисциплины базируется на знаниях основ экономики, статистики, менеджмента и информационных технологий, которые студенты, обучающиеся по данной образовательной программе, получают при изучении следующих дисциплин: «Информационные системы и технологии», «Экономика фирмы», «Digital management» и др.

В свою очередь, дисциплина «Digital marketing» позволяет углубить компетенции, которые будут получены при изучении таких дисциплин, как: «Стратегический анализ», «Методы и технологии продвижения информационных ресурсов» и др.

1.5 Особенности реализации дисциплины Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ
<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=9210>

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		6
Общая трудоемкость дисциплины	3 (108)	3 (108)
Контактная работа с преподавателем:	1,5 (54)	1,5 (54)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	1 (36)	1 (36)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	1,5 (54)	1,5 (54)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Введение в digital-маркетинг	6	12	0	18	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3
2	Инструменты digital-маркетинга	8	16	0	24	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3
3	Стратегии digital-маркетинга	4	8	0	12	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3
Всего		18	36	0	54	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Сущность и содержание маркетинговой деятельности в условиях цифровой экономики	2	0	0
2	1	Направления исследования рынка, сегментирование и позиционирование компании на рынке	2	0	0
3	1	Маркетинг-микс компании в цифровой среде	2	0	0

4	2	Корпоративный сайт и источники формирования потока посетителей сайта	2	0	0
5	2	Поисковая оптимизация и контекстная реклама	2	0	0
6	2	Электронные рассылки: email и мессенджеры	2	0	0
7	2	Продвижение в социальных сетях (SMM)	2	0	0
8	3	Разработка продуктово-рыночных стратегий компании в цифровой среде	2	0	0
9	3	Оценка эффективности стратегии и инструментов digital-маркетинга	2	0	0
Всего			18	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Сущность и содержание маркетинговой деятельности в условиях цифровой экономики	4	0	0
2	1	Исследования рынка, сегментирование и позиционирование компании на рынке	4	0	0
3	1	Маркетинг-микс компании в цифровой среде	4	0	0
4	2	Корпоративный сайт и источники формирования потока посетителей сайта	4	0	0
5	2	Поисковая оптимизация и контекстная реклама	4	0	0
6	2	Электронные рассылки: email и мессенджеры	4	0	0
7	2	Продвижение в социальных сетях (SMM)	4	0	0

8	3	Разработка продуктово-рыночных стратегий компании в цифровой среде	4	0	0
9	3	Оценка эффективности стратегии и инструментов digital-маркетинга	4	0	0
Всего			26	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Карпова С. В.	Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов (бакалавров), обучающихся по экономическим направлениям и специальностям	Москва: Юрайт, 2012
Л1.2	Ветцель К. Я.	Интернет-маркетинг: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2018
Л1.3	Китова О. В., Брускин С. Н.	Цифровой бизнес: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год

Л2.1	Лапидус Л.В.	Цифровая экономика: Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018
------	--------------	---	---

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	обзор СМИ	www.polpred.com
Э2	Базы данных Федеральной службы государственной статистики	www.gks.ru
Э3	Базы данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю (Красноярскстат)	www.krasstat.gks.ru
Э4	ИАС «Статистика»	www.ias-stat.ru
Э5	Ист Вью (EastView)	www.ebiblioteka.ru
Э6	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU)	http://elibrary.ru
Э7	Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М»	www.znanium.com
Э8	Электронно-библиотечная система «Лань»	http://e.lanbook.com
Э9	Маркетинг журнал «4Р»	www.4p.ru
Э10	Медиахолдинг «Эксперт»	www.expert.ru
Э11	Энциклопедия маркетинга	www.marketing.spb.ru
Э12	Материалы о рекламе, PR, маркетинге, программировании, Интернете	www.marketer.ru
Э13	Гильдия маркетологов	www.marketologi.ru

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вся работа по изучению дисциплины «Digital marketing» реализуется двумя способами: с использованием электронного обучающего курса (<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=9210>) и в аудитории при непосредственном участии преподавателя.

На лекционных занятиях в аудиториях вуза проводятся лекции, которые обобщают и дополняют теоретический материал курса.

На практических занятиях в аудитории студент будет находиться в постоянном очном диалоге с преподавателем, получать консультации по выполнению практических заданий.

Электронный курс по дисциплине «Digital marketing» систематизирует существующий материал, информационные ресурсы, инструментарий исследования и анализа рынка, которые необходимы выпускнику, закончившему Образовательную программу по

направлению 09.03.03 «Прикладная информатика», и предлагает весь материал знаний в удобной форме.

Оценка знаний студента будет осуществляться в электронном курсе. Курс завершается зачетом, для получения которого необходимо выполнить все задания и получить в качестве итоговой оценки по курсу минимум 70% от максимальной суммы баллов (см. раздел 5).

По дисциплине «Digital marketing» учебным планом предусмотрены такие виды самостоятельной работы, как изучение разделов теоретического цикла курса.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Digital marketing» организуется в следующих формах.

Изучение теоретического материала по темам и разделам дисциплины. При подготовке к практическим занятиям, выполнении практических работ необходимо пользоваться конспектом лекций, рекомендованной литературой основного и дополнительного списков, которая включает научные труды ведущих специалистов, ученых и практиков (монографии, учебники, учебные пособия). Для подбора литературы используются каталоги научной библиотеки университета, Красноярской краевой научной библиотеки, ресурсы сети Интернет. В библиотеках имеются указатели литературы по различным темам, систематические и алфавитные каталоги, библиографические справочники.

При изучении теоретического материала по темам и разделам дисциплины необходимо использовать нормативные (законодательные) акты (Кодексы, Законы Российской Федерации и ее субъектов, Указы Президента, Постановления Правительства, Постановления органов местного самоуправления), публикации периодической печати.

При изучении литературы необходимо уделять особое внимание изучению всех вопросов, входящих в программу курса, а также подготовке ответов на контрольные вопросы к лекциям и практическим занятиям, которые приводятся в учебном пособии по организации самостоятельной работы студентов, входящем в учебно-методический комплекс дисциплины.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Для изучения настоящей дисциплины обучающимся необходим доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
-------	--

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Информационно-справочные системы «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru) «Гарант» (http://www.garant.ru).	системы и/или
-------	--	------------------

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Характеристика аудиторий, оборудования, технических средств обучения, используемых в курсе «Digital marketing»:

- лекционные аудитории с мультимедийным оборудованием, включая проекционную и аудиотехнику;
- мультимедийные аудитории для практических занятий, оснащенные моделируемой мебелью, мультимедийным проектором;
- презентационные комплексы SmartBoard, InterWrite установлены стационарно во всех лабораторных аудиториях;
- компьютерные классы с выделенным выходом в Интернет на 15-20 рабочих мест.