

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.12.02 Цифровые технологии продвижения

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

38.03.02 Менеджмент

Форма обучения

очная

Год набора

2022

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

старший преподаватель кафедры "Маркетинг", Ветцель Константин

Яковлевич; кандидат экономических наук, доцент кафедры

"Маркетинг", Якимова Екатерина Андреевна

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Основной целью изучения дисциплины «Цифровые технологии продвижения» является формирование у студентов знаний в сфере использования цифровых технологий в маркетинговых коммуникациях компании и продвижении бренда; формирование умений и практических навыков продвижения товаров и услуг в цифровой среде с использованием современных инновационных технологий и инструментов.

1.2 Задачи изучения дисциплины

В ходе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

- получение обучающимися знаний о возможностях, инструментах и особенностях использования цифровых технологий продвижения бренда и/или продукта;
- освоение умений и навыков организации программ продвижения в цифровой среде;
- приобретение навыков оценки результативности программ продвижения, использующих цифровые технологии.

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-2: Способность осуществлять планирование деятельности организации на основе выявления возможностей повышения эффективности управления с использованием современных информационных технологий	
ПК-2.1: Знать методы ведения плановой работы, подготовки комплексных планов деятельности организации и структурных подразделений, технико-экономический анализ, алгоритм постановки задач, решаемых с помощью вычислительной техники	
ПК-2.2: Уметь: организовывать работу по тактическому планированию деятельности исходя из конкретных условий и потребностей рынка, выявлять, анализировать и использовать резервы производства с помощью современных информационных технологий	

ПК-2.3: Владеть	
инструментами планирования деятельности организации, методами управления и выявления возможностей повышения эффективности управления, разработки рекомендаций по использованию научно-обоснованных методов комплексного решения задач планирования с применением современных информационных технологий	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: .

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,5 (54)	
практические занятия	1,5 (54)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,5 (54)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях и продвижении бренда									
	1. Цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях и продвижении бренда - анализ ситуаций - групповое обсуждение - решение кейсов			8					
	2. Маркетинговые коммуникации и продвижение. Цифровые коммуникационные технологии. Стратегии продвижения и медиапланирование в цифровой среде. Эффективность цифровых технологий продвижения. Оценка трафика. Веб-аналитика. Сквозная аналитика.							10	
2. Поисковое продвижение и контекстная реклама									

1. Поисковое продвижение и контекстная реклама - решение ситуационных задач - групповое обсуждение - решение кейсов			12					
2. Понятие, сущность и преимущества поискового продвижения сайта. Индексация сайта поисковыми системами. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта. Поисковая оптимизация. Понятие и преимущества контекстной рекламы. Сервисы контекстной рекламы. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании. Оценка эффективности контекстной рекламной кампании.							12	
3. Продвижение в социальных медиа и мессенджерах								
1. Продвижение в социальных медиа и мессенджерах - решение ситуационных задач - групповое обсуждение - решение кейсов			12					
2. Инструменты продвижения в социальных сетях. Стратегия продвижения в социальных сетях. Интеграция сайта с социальными сетями. Оптимизация для социальных медиа (SMO). Таргетированная реклама в социальных сетях. Мобильный маркетинг. Продвижение в мессенджерах. Тизерная реклама в мобильных приложениях. Нативная реклама.							12	
4. Интерактивные технологии продвижения. VR и AR продвижение								

1. Интерактивные технологии продвижения. VR и AR продвижение - анализ ситуаций - тематическое обсуждение - решение кейсов			12					
2. Интерактивное продвижение: игровые элементы и эмоциональная вовлеченность. Интерактивные обзоры, туры и экскурсии. Геймификация в продвижении. Игровые рекламные приложения. Виртуальное пространство. QR-коды. Технологии виртуальной реальности (Virtual Reality, VR) и дополненной реальности (Augmented Reality, AR) в продвижении.							10	
5. Медийная реклама в цифровой среде								
1. Медийная реклама в цифровой среде - решение ситуационных задач - групповое обсуждение - решение кейсов			10					
2. Контент-маркетинг и медийная реклама. Баннерная реклама. Видеореклама. Размещение видеоконтента в социальных медиа. Продвижение в Instagram и YouTube каналах. Вирусный медийный контент в цифровых каналах.							10	
6. Реферат								
1. Подготовка и выполнение реферата							36	
Всего			54				90	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело" (уровень бакалавриата)(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
2. Ветцель К.Я. Интернет-маркетинг: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.03.02.04 Маркетинг](Красноярск: СФУ).
3. Пономарева А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие(Москва: Издательский Центр РИО□).
4. Васильев Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете(Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА").

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft Windows 7,8,10;
2. Microsoft Visio 2007;
3. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russia (Лицензия №43158512 от 04.12.2007; 2400 копий; бессрочно);
4. Google Chrome Free.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. ИАС «Статистика». Режим доступа: в читальных залах НБ СФУ

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

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

Характеристика аудиторий, оборудования, технических средств обучения, используемых в курсе:

- 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. Конфигурация персональных ЭВМ и рабочих мест базируется на платформе процессоров типа INTEL Pentium, Celeron, Core 2Duo и т. п. с оперативной памятью 128÷2048 Mb, видеоплатами с ОЗУ 32÷512 Mb, минимальным объемом HDD 20 Гб, LCD и CRT мониторами с размером экрана по диагонали 15÷19'.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.