

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

Б1.В.ДВ.09.02 Digital-маркетинг

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

2019

Красноярск 2022

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

---

должность, инициалы, фамилия

## **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**

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ОПК-7: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с</b>	

**применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности**

**ПК-11: владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов**

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=9210>.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>2 (72)</b>	
занятия лекционного типа	1 (36)	
практические занятия	1 (36)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2 (72)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
<b>Промежуточная аттестация (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>	

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				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
<b>1. Digital-маркетинг и его отличия от классического маркетинга</b>											
1.								16			
2. Цифровизация как новый этап развития общества и экономики	2										
3. Цифровые технологии, актуальные для осуществления маркетинговой деятельности	2										
4. Инструменты digital-маркетинга: сайты, мобильные приложения, посадочные страницы	4										
5. Инструменты digital-маркетинга: сайты, мобильные приложения, посадочные страницы			4								
<b>2. Раздел 3. Разработка маркетинговой стратегии в цифровой среде</b>											
1. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов	2										
2. Разработка ценностного предложения	2										
3. Воронка продаж	2										
4. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов			4								

5. Разработка ценностного предложения			2					
6. Воронка продаж			2					
7.							12	
<b>3. Особенности применения технологий digital-маркетинга</b>								
1. Создание интернет-сайтов и посадочных страниц	4							
2. SEO (поисковая оптимизация)	2							
3. E-mail маркетинг и мессенджеры	2							
4. Цифровые инструменты продвижения	4							
5. Создание интернет-сайтов и посадочных страниц			4					
6. SEO (поисковая оптимизация)			2					
7. E-mail маркетинг и мессенджеры			2					
8. Цифровые инструменты продвижения			2					
9.							24	
<b>4. Особенности проведения маркетинговых исследований с использованием цифровых технологий</b>								
1. Инструменты и средства для анализа рыночных тенденций	2							
2. Инструменты и технологии конкурентного анализа	2							
3. Инструменты сбора статистики и веб-аналитика	4							
4. Технологии Big Data	2							
5. Инструменты и средства для анализа рыночных тенденций			4					
6. Инструменты и технологии конкурентного анализа			4					
7. Инструменты сбора статистики и веб-аналитика			4					
8. Технологии Big Data			2					

9.							20	
Bcero	36		36				72	



## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов (бакалавров), обучающихся по экономическим направлениям и специальностям(Москва: Юрайт).
2. Ветцель К. Я. Интернет-маркетинг: учебное пособие(Красноярск: СФУ).
3. Китова О. В., Брускин С. Н. Цифровой бизнес: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
4. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

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

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

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

## **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 «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.