**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная**

Сайт как медианструмент борьбы за покупателя		
Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика	
Образовательная программа (направленность (профиль))	Цифровой маркетинг	
Специализация	Цифровой маркетинг	
Уровень образования	высшее образование – магистратура	
Курс	2	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	6	
Виды учебной деятельности	Временной ресурс	
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	16
	Практические занятия	32
	Лабораторные занятия	16
	ВСЕГО	64
Самостоятельная работа, ч		76
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией (курсовой проект, курсовая работа)		курсовая работа
ИТОГО, ч		108

Вид промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН, дифф.зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
---------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	--

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5.4 Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения	
		Код	Наименование
ПК(У)-10	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	ПК(У)-10.В 2	Владеет опытом прогнозирования конъюнктуры и трансформации сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей
		ПК(У)-10.В 3	Владеет опытом разработки и реализации маркетинговых программ по элементам комплекса маркетинга
		ПК(У)-10. У2	Умеет прогнозировать конъюнктуру и трансформацию сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей
		ПК(У)-10. У3	Умеет применять основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга
		ПК(У)-10. 32	Знает методы прогноза конъюнктуры и трансформации сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей
		ПК(У)-10. 33	Знает основ разработки маркетинговых программ по элементам комплекса маркетинга и основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга
ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13. В2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
		ПК(У)-13. У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
		ПК(У)-13. 32	Знает методов и инструментов стратегического анализа и планирования

2. Планируемые результаты обучения по дисциплины (модулю)

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД1	Руководить реализацией бизнес-задач, выбирать оптимальные инструменты и техплатформы цифрового маркетинга; разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам комплекса маркетинга с применением основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга; анализировать информацию и базы данных о маркетинговой среде для принятия маркетинговых и управленческих решений, создавать и отслеживать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и т.д.	ПК(У)-10
РД2	Организовать и проводить исследование и сегментацию рынка в географическом регионе и сети Интернет; выбирать соответствующие каналы маркетинга в зависимости от целей предприятия; настраивать рекламные кампании в цифровом пространстве и отслеживать их эффективность; разрабатывать реферальные кампании для продвижения продукта в рамках стратегии SMM; создавать	ПК(У)-10

	различные виды контента: сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографику, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы	
РД3	Способность разрабатывать стратегию продвижения проекта компании в цифровой среде с использованием методов и инструментов стратегического анализа и планирования осуществлять разработать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией	ПК(У)-13

3. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел (модуль) 1. Юзабилити сайта (usability)	РД1	Лекции	6
		Практические занятия	10
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	50
Раздел (модуль) 2. Юзабилити анализ, и его влияние на продвижение сайтов	РД2	Лекции	6
		Практические занятия	10
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	50
Раздел (модуль) 3. Оптимизация сайта	РД3	Лекции	4
		Практические занятия	12
		Лабораторные занятия	8
		Самостоятельная работа	52

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1 Методическое обеспечение

Основная литература:

1. Ризен Ю. С. Основы компьютерной графики и сайтостроения: учебное пособие [Электронный ресурс]/ Ю. С. Ризен, А. А. Захарова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — 1 компьютерный файл (pdf; 3.5 MB). — Томск: Изд-во ТПУ, 2015. — Заглавие с титульного экрана. — Доступ из корпоративной сети ТПУ. — Схема доступа: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2015/m264.pdf>
2. Сергеев, А. Н. Создание сайтов на основе WordPress: учебное пособие / А. Н. Сергеев. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2020. — 124 с. — ISBN 978-5-8114-5295-8. — Текст: электронный// Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139278> (дата обращения: 27.07.2020).
3. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. — Москва : Дашков и К, 2017. — 280 с. — ISBN 978-5-394-01975-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93527> (дата обращения: 27.07.2020).

Дополнительная литература

1. Таран, В.Н. Аудит и оценка юзабилити сайтов / В.Н. Таран, В.Е. Осыка, Р.С. Горщар // Бюллетень науки и практики. — 2016. — № 5. — С. 126-131. — ISSN 2414-2948. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/298053> (дата обращения: 27.07.2020).
2. Демьянов, С.А. SEO-оптимизация туристического сайта / С.А. Демьянов // Туризм и гостеприимство. — 2017. — № 1. — С. 29-33. — ISSN 2410-3810. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/301243> (дата обращения: 27.07.2020).
3. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А. Г. Сковиков. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-3703-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-

библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119637> (дата обращения: 27.07.2020).

4.2 Информационное и программное обеспечение

Информационно-справочные системы:

1. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>
2. Университетская информационная система Россия – <http://www.cir.ru>

Профессиональные Базы данных:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
3. Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС) – <https://www.biblio-online.ru>
4. НТБ ТПУ – <http://www.lib.tpu.ru>.

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice.
3. Cisco Webex Meetings\$
4. Zoom Zoom.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика, специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2019 г., очная форма обучения).