

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Школы инженерного
предпринимательства

 Осадченко А.А.

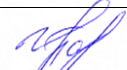
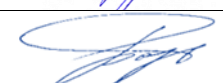
«29» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Управление коммуникациями в цифровой среде. SEO-копирайтинг

Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Цифровой маркетинг		
Специализация	Цифровой маркетинг		
Уровень образования	высшее образование – магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	6		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	8	
	Практические занятия	16	
	Лабораторные занятия	24	
	ВСЕГО	48	
Самостоятельная работа, ч		168	
ИТОГО, ч		216	

Вид промежуточной аттестации	экзамен	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
---------------------------------	---------	---------------------------------	--

Руководитель ООП		И.А. Павлова
Преподаватель		Л.М. Борисова

2020 г.

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 1	Владеет опытом анализа информации и баз данных о маркетинговой среде для принятия маркетинговых и управленческих решений
		ПК(У)-10.В 4	Владеет опытом формирования уникального контента и интерфейса сайта, страницы компании
		ПК(У)-10.В 5	Владеет опытом создания и отслеживания эффективности тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях
		ПК(У)-10. У1	Умеет принимать маркетинговые и управленческие решения на основе полученных результатов и отчетов
		ПК(У)-10. У4	Умеет прорабатывать содержание контента и интерфейса сайта, страницы на основании результатов проведенного аудита
		ПК(У)-10. У5	Умеет оценивать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях
		ПК(У)-10. 31	Знает инструменты анализа информации и баз данных о маркетинговой среде
		ПК(У)-10. 34	Знает виды и принципы разработки контента (сообщений в блогах, социальных сообщений, инфографики, содержания веб-сайта, содержания целевой страницы)
		ПК(У)-10. 35	Знает программы и инструменты создания тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и оценки их эффективности
ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13. В1	Владеет опытом анализа рыночной ситуации и целевой аудитории
		ПК(У)-13. В2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
		ПК(У)-13. В3	Владеет опытом продвижения товаров и услуги компании в цифровой среде
		ПК(У)-13. У1	Умеет организовывать и проводить маркетинговые исследования для разработки стратегии продвижения
		ПК(У)-13. У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
		ПК(У)-13. У3	Умеет применять основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга в процессе реализации цифровой стратегии
		ПК(У)-13. 31	Знает методологию и методы проведения исследований рынка, в т.ч. в цифровом пространстве
		ПК(У)-13. 32	Знает методы и инструменты стратегического анализа и планирования
		ПК(У)-13. 33	Знает роль и значение цифровых каналов коммуникации как современных инструментов продвижения компании на рынке

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 учебного плана образовательной программы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД1	Способность разрабатывать и оптимизировать контент-стратегию	ПК(У)-10 ПК(У)-13
РД2	Способность проводить SEO-оптимизацию интернет площадок компании	ПК(У)-10 ПК(У)-13
РД3	Способность применять CRM-системы для оптимизации работы сайтов, лендинговых страниц	ПК(У)-13

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

4. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел (модуль) 1. Контент маркетинг: успешный диалог с клиентом	РД1	Лекции	4
		Практические занятия	8
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	56
Раздел (модуль) 2. SEO: поисковая оптимизация	РД2	Лекции	2
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	10
		Самостоятельная работа	56
Раздел (модуль) 3. CRM системы: системы управления взаимоотношений с клиентами	РД3	Лекции	2
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	10
		Самостоятельная работа	56

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Контент маркетинг: успешный диалог с клиентом

Определение контент-маркетинга. История появления и современное состояние. Преимущества и недостатки относительно других digital и традиционных инструментов коммуникации. Специфика процесса работы. Организация работы (команда) Основные инструменты контент маркетинга и форматы использования контент-маркетинга брендами. Ситуативный контент маркетинг и работа в реальном времени. Понятие “value proposition”, лежащего в основе создаваемого контента

Темы лекций:

1. Виды контента и каналы распространения.
2. Контент-стратегия и контент-план.

Темы практических занятий:

1. Хороший и плохой контент.
2. Виральность контента.

3. Личный контент-маркетинг и его популяризация.
4. Продвижение контента.

Названия лабораторных работ:

1. Разработка и реализация контент-стратегии.
2. Анализ эффективности мероприятий по реализации контент-стратегии.

Раздел 2. SEO: поисковая оптимизация

Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет Преимущества поискового продвижения сайта. Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов. Поисковое продвижение сайта.

Темы лекций:

1. Основы SEO-оптимизации. Виды и ресурсы продвижения.

Темы практических занятий:

1. Внешние ресурсы в продвижении.
2. Внутренние ресурсы сайта.

Названия лабораторных работ:

1. Семантическое ядро сайта.
2. Специфические методы продвижения сайта.
3. Контекстное продвижение сайта.
4. Медийное продвижение.
5. Системы сбора статистики и аналитики.

Раздел 3. CRM системы: системы управления взаимоотношений с клиентами
--

Управление клиентской базой. Основные характеристики клиентской базы в системах CRM. Поддержка маркетинга в системах CRM. Учет, управление, анализ продаж в CRM-системах. Управление менеджерами по продажам. Интеграция фронт-офисной деятельности. Функции поддержки, сервиса, управления рекламациями. Управление знаниями в CRM.

Темы лекций:

1. Основы работы в CRM: идеи и практика.

Темы практических занятий:

1. Основы внедрения CRM.
2. Выбор CRM.

Названия лабораторных работ:

1. Жизненный цикл внедрения CRM.
2. Анализ бизнес-инфраструктуры и выработка требований. Применение методики по определению перечня требований к CRM.
3. Ключевые особенности каждого этапа внедрения: анализ, дизайн проекта, реализация, внедрение и постпроектная поддержка.
4. Инструменты управления проектом внедрения CRM.
5. Разработка плана проекта внедрения CRM в компании.

5. Организация самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины (модуля) предусмотрена в следующих видах и формах:

- Работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных

- источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- Поиск, анализ, структурирование и презентация информации;
- Выполнение домашних заданий, расчетно-графических работ и домашних контрольных работ;
- Подготовка к лабораторным работам, к практическим занятиям;
- Подготовка к оценивающим мероприятиям.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

1. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф. И. Шарков. — 4-е, изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 488 с. — ISBN 978-5-394-02089-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93436> (дата обращения: 28.07.2020).
2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2018. — 131 с. — ISBN 978-5-394-02789-5. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/103778> (дата обращения: 28.07.2020).
3. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: учебное пособие / П. А. Кузнецов. — Москва: Дашков и К, 2016. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/70573> (дата обращения: 28.07.2020).

Дополнительная литература:

1. Глухов, А.П. Цифровое поколение: культура управления межличностными коммуникациями в социальных сетях / А.П. Глухов // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. — 2018. — № 25. — С. 74-77. — ISSN 2305-1256. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/309658> (дата обращения: 28.07.2020).
2. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. — Москва: Дашков и К, 2017. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01183-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/107008> (дата обращения: 28.07.2020).
3. Осипенков, Я. М. Google Analytics 2019. Полное руководство: руководство / Я. М. Осипенков. — Москва: ДМК Пресс, 2019. — 748 с. — ISBN 978-5-97060-788-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/140575> (дата обращения: 28.07.2020).

6.2. 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.

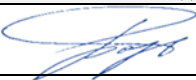
7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для практических и лабораторных занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (компьютерный класс) 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 368	Компьютер - 17 шт.; Принтер -3 шт.; Проектор - 4 шт.; Доска аудиторная поворотная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 14 посадочных мест.

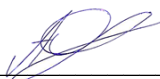
Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика, специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2019 г., очная форма обучения).

Разработчик(и):

Должность	Подпись	ФИО
Доцент		Л.М. Борисова

Программа одобрена на заседании школы инженерного предпринимательства (протокол от 27.06.2019 г. №3).

Директор
Школы инженерного предпринимательства
к.т.н

 /А. А. Осадченко/
подпись

Лист изменений рабочей программы дисциплины:

Учебный год	Содержание /изменение	Обсуждено на заседании ШИП (протокол)
2020/2021 учебный год	Внесены изменения в формы документов в соответствии с требованием приказа №127-7/об от 06.05.2020	От « 29 »06. 2020 г. № 3