

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2020 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Основы цифрового маркетинга			
Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Цифровой маркетинг		
Специализация	Цифровой маркетинг		
Уровень образования	высшее образование – магистратура		
Курс	1	семестр	2
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		8
	Практические занятия		40
	Лабораторные занятия		–
	ВСЕГО		48
Самостоятельная работа, ч			60
ИТОГО, ч			108

Вид промежуточной аттестации	экзамен	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)-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. 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. 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. 33	Знает роль и значение цифровых каналов коммуникации как современных инструментов продвижения компании на рынке

2. Планируемые результаты обучения по дисциплины (модулю)

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД1	Уметь применять основные принципы и методы цифрового маркетинга.	ПК(У)-13
РД2	Умение самостоятельно и правильно выбирать инструменты маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании предприятий в цифровой среде в зависимости от целей предприятия.	ПК(У)-13
РД3	Умение разрабатывать, планировать и координировать маркетинговые программы: сетевой дневник и контент-календарь.	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. Введение в цифровой маркетинг	РД1	Лекции	2
	РД2	Практические занятия	8
	РД3	Самостоятельная работа	10
Раздел (модуль) 2. Контекстная реклама	РД1	Лекции	2
	РД2	Практические занятия	12
	РД3	Самостоятельная работа	15
Раздел (модуль) 3. Медийная реклама и сарафанный маркетинг	РД1	Лекции	2
	РД2	Практические занятия	12
	РД3	Самостоятельная работа	15
Раздел (модуль) 4. CRM системы	РД1	Лекции	2
	РД2	Практические занятия	8
	РД3	Самостоятельная работа	20

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1 Методическое обеспечение

Основная литература:

1. Голова А. Г. Управление продажами: учебник / А. Г. Голова. – Москва : Дашков и К, 2017. – 280 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93527> (дата обращения: 23.04.2020).
2. Скляр Е. Н. Маркетинговые исследования: Практикум [Электронный ресурс] / Скляр Е. Н., Авдеенко Г. И., Алексунин В. А. – Москва: Дашков и К, 2016. – 216 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/93362> (дата обращения: 23.04.2020)
3. Кузнецов И. Н. Управление продажами: учебное пособие / И. Н. Кузнецов. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К, 2016. – 492 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/70592> (дата обращения: 23.04.2020)

Дополнительная литература:

1. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие / О. А. Кобелев. – 4-е, изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 684 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93389> (дата обращения: 23.04.2020)
2. Шевченко, Д. А. Интегрированные коммуникации : энциклопедия / Д. А. Шевченко. — Москва : Дашков и К, 2019. — 298 с. — ISBN 978-5-394-03261-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119250> (дата обращения: 28.07.2020).
3. Докукина, И.А. Формирование информационной системы управления человеческими ресурсами на основе применения цифрового маркетинга / И.А. Докукина, Ю.Л. Макарова, А.В. Полянин // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. — 2019. — № 1. — С. 82-91. — ISSN 2073-3984. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/310362> (дата обращения: 28.07.2020).

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.

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

1. Microsoft Office Standart 2016 Академическая лицензия.
2. Windows Professional 10 Russian OLP NL Academic Edition.
3. Антиплагиат. ВУЗ

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика, специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2020 г., очная форма обучения).