

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2020 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Цифровой дизайн		
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		152
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией (курсовой проект, курсовая работа)		курсовая работа
ИТОГО, ч		216

Вид промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН, диф.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.B4	Владеет опытом формирования уникального контента и интерфейса сайта, страницы компании
		ПК(У)-10.B5	Владеет опытом создания и отслеживания эффективности тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях
		ПК(У)-10.Y4	Умеет прорабатывать содержание контента и интерфейса сайта, страницы на основании результатов проведенного аудита
		ПК(У)-10.Y5	Умеет оценивать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях
		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.B3	Владеет опытом продвижения товаров и услуги компании в цифровой среде
		ПК(У)-13.B4	Владеет опытом разработки и диагностики эффективности реализации маркетинговой стратегии организации
		ПК(У)-13.Y3	Умеет применять основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга в процессе реализации цифровой стратегии
		ПК(У)-13.Y4	Умеет формировать бюджет цифровой стратегии компании
		ПК(У)-13.33	Знает роль и значение цифровых каналов коммуникации как современных инструментов продвижения компании на рынке
		ПК(У)-13.34	Знает методы и инструменты финансового планирования и юнит-экономики

2. Планируемые результаты обучения по дисциплины (модулю)

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД1	Формировать уникальный контент и интерфейса сайта, страницы компании, создавать и отслеживать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях, выбирать соответствующие каналы маркетинга в зависимости от целей предприятия; настраивать рекламные кампании в цифровом пространстве; разрабатывать реферальные кампании для продвижения продукта в рамках стратегии SMM..	ПК(У)-10
РД2	Прогнозировать конъюнктуру и трансформацию сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей; планировать стратегию контента и время передачи сообщений целевой аудитории; анализировать и определять существующие и потенциальные медиа-каналы и формы связи.	ПК(У)-10
РД3	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)-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. HTML/CSS. Основы создания сайтов	РД1, РД2	Лекции	8
		Практические занятия	16
		Лабораторные занятия	8
		Самостоятельная работа	76
Раздел (модуль) 2. Big data. Data science	РД3	Лекции	8
		Практические занятия	16
		Лабораторные занятия	8
		Самостоятельная работа	76

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1 Методическое обеспечение

Основная литература:

1. Дадян Э. Г. Методы, модели, средства хранения и обработки данных: учебник / Э. Г. Дадян, Ю. А. Зеленков; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – М.: Вузовский учебник Инфра-М, 2017. – 168 с.: ил. – Библиогр.: с. 164-165. – ISBN 978-5-9558-0490-3. – ISBN 978-5-16-011812-3. Схема доступа: <http://catalog.lib.tpu.ru/catalogue/simple/document/RU%5CTPU%5Cbook%5C346829>.
2. Просто о больших данных: пер. с англ. / Д. Гурвиц [и др.]. – М.: Эксмо, 2015. – 395 с. – Библиотека Сбербанка; Т. 58. – Глоссарий: с. 354-368. – Указ.: с. 369-389. – ISBN 978-5-699-85807-1. Схема доступа: <http://catalog.lib.tpu.ru/catalogue/simple/document/RU%5CTPU%5Cbook%5C353633>.
3. 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. – Электронная версия печатной публикации. – Доступ из корпоративной сети ТПУ. – Системные требования: Adobe Reader. Схема доступа: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2015/m264.pdf>.

Дополнительная литература:

1. Ридланд, М. 3D-печать с помощью SketchUp : руководство / М. Ридланд ; перевод с английского А. Ю. Петелина. — Москва : ДМК Пресс, 2020. — 136 с. — ISBN 978-5-97060-741-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/140570> (дата обращения: 28.07.2020).
2. Шаповал, А.В. Новые цифровые технологии анализа формы объектов архитектуры и дизайна / А.В. Шаповал, Е.А. Мартемьянова // Приволжский научный журнал. — 2019. — № 1. — С. 140-146. — ISSN 1995-2511. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/310393> (дата обращения: 28.07.2020).
3. Казакова, Н.Ю. Особенности проектирования цифровой игровой среды в рамках гейм-дизайна (на примере разработанных на территории Японии игровых проектов) / Н.Ю. Казакова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. — 2016. — № 4. — С. 247-254. — ISSN 2410-3489. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/302390> (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.

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