


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

УТВЕРЖДАЮ



Директор Школы инженерного
предпринимательства

 А.А. Осадченко
«30» 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Лидогенерация			
Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Инженерное предпринимательство		
Специализация	Инженерное предпринимательство		
Уровень образования	высшее образование – магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	–	
	Практические занятия	24	
	Лабораторные занятия	–	
	ВСЕГО	24	
Самостоятельная работа, ч		84	
ИТОГО, ч		108	

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

Руководитель ООП		И.С. Антонова
Преподаватель		Е.В. Ковалёва

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
ДПК(У)-2	Разрабатывать программы коммерциализации и маркетинга инновационных проектов на основе комплексного анализа рынка	ДПК(У)-2.33	Знает подходы к продвижению нового продукта
		ДПК(У)-2.У3	Умеет разрабатывать план продвижения нового продукта
		ДПК(У)-2.В3	Владеет опытом разработки рекламной кампании продукта

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части вариативного междисциплинарного профессионального модуля 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	Уметь применять основные принципы и методы цифрового маркетинга	ДПК(У)-2
РД2	Уметь самостоятельно и правильно выбирать инструменты маркетинговой деятельности для ведения эффективной рекламной кампании предприятий в цифровой среде в зависимости от целей предприятия	ДПК(У)-2
РД3	Уметь разрабатывать, планировать и координировать маркетинговые программы	ДПК(У)-2

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 1. Разработка стратегии	РД1	Лекции	
	РД2	Практические занятия	6
	РД3	Самостоятельная работа	18
Раздел 2. Создание сайтов с высокой конверсией	РД1	Лекции	
	РД2	Практические занятия	4
	РД3	Самостоятельная работа	16
Раздел 3. Трафик	РД1	Лекции	
	РД2	Практические занятия	10
	РД3	Самостоятельная работа	30
Раздел 4. Веб-аналитика и корректировка	РД1	Лекции	
	РД2	Практические занятия	4
	РД3	Самостоятельная работа	20
ИТОГО:		Лекции	
		Практические занятия	24
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	84

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Разработка стратегии

Темы практических занятий:

1. Введение в курс. Основные понятия. Стратегия – как основа успешной лидогенерации. Цели и виды лидогенерации.
2. Ниша, определение емкости рынка, потенциального дохода. Составление преимуществ и выгод ниши. Составление портрета целевой аудитории. Выбор продукта и составление УТП и СТА.
3. Принципы составления плана интернет-продвижения под конкретную нишу. Причины, по которым потенциальный клиент оставит свой контакт. Основные принципы получения лидов максимально много, максимально целевых, максимально дешево. Возражения и их отработка.

Раздел 2. Создание сайтов с высокой конверсией

Темы практических занятий:

1. Основные понятия. Цели и этапы создания сайта. Основные принципы создания высококонверсионного сайта. Структура сайта с высокой конверсией.
2. Обзор сервисов для создания прототипа сайта. Алгоритм и организация работы с фрилансерами.

Раздел 3. Трафик

Темы практических занятий:

1. Обзор основных каналов трафика. Трафик из социальных сетей. Особенности настройки трафика из социальных сетей.

2. Контекстная реклама. Яндекс Директ и Гугл Эдвордс - мощнейшими инструментами по получению посетителей на сайты. Принципы контекстной рекламы. Ценообразование в контекстной рекламе. Ключевые слова и минус слова.
3. Структура рекламного аккаунта. Составление рекламных объявлений. Последовательность создания рекламной кампании. Простые способы грамотной настройки кампаний в контекстных сетях. Автозагрузка объявлений.
4. Принципы настройки. Особенности настройки рекламных кабинетов ВКонтакте и ФБ. Виды рекламных объявлений.
5. Продающий копирайтинг и оформление рекламы. Видео-контент как тренд года. Особенности применения программ-рассыльщиков.

Раздел 4. Веб-аналитика и корректировка

Темы практических занятий:

1. Основные понятия. Принципы работы систем сбора статистики. Определение показателей эффективности. Системы сбора статистики Яндекс.метрика и Google Analytics, настройка, инструменты отчетности.
2. Юзабилити-исследования в веб-аналитике. А/В тестирование. Принципы корректировки для увеличения числа лидов.

5. Организация самостоятельной работы студентов

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

- 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;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к контрольной работе;
- подготовка к экзамену.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/70531> (дата обращения: 23.04.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Брутян М.М. Цифровая революция в маркетинге — Текст : электронный // Практический маркетинг. — 2019. — № 2 (264). — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36894619> (дата обращения: 23.04.2019). — Режим доступа: свободный, после авторизации.
2. Красюк И. А., Кольган М. В. Направления и формы организации маркетинга в условиях цифровизации — Текст : электронный // Практический маркетинг. — 2019. — № 7 (269). — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38537726> (дата обращения: 25.08.2019). — Режим доступа: свободный, после авторизации.

3. Кметь, Е. Б. Методический подход к выделению типов пользователей социальных сетей в зависимости от предпочтений к формам интернет-рекламы. – Текст : электронный // Практический маркетинг. – 2018. – № 8 (258). – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35357461> (дата обращения: 23.04.2019). – Режим доступа: свободный, после авторизации.
4. Виничук, О. Ю. Выбор социальных сетей при разработке оптимальной технологии продвижения российских брендов профессиональной косметики – Текст : электронный // Практический маркетинг. – 2019. – № 6 (268). – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38211961> (дата обращения: 25.08.2019). – Режим доступа: свободный, после авторизации.
5. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов. – Текст : электронный // Практический маркетинг. – 2019. – № 10 (272). – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41187541> (дата обращения: 29.12.2019). – Режим доступа: свободный, после авторизации.
6. Шевченко, Д. А. Эффективность digital-маркетинга на виртуальных рынках: обзор существующих подходов и методик. – Текст : электронный // Практический маркетинг. – 2019. – № 11 (273). – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41345731> (дата обращения: 29.12.2019). – Режим доступа: свободный, после авторизации.
7. Шиловский, С. В. Особенности формирования вовлеченности потребителей розничной сети в отношении с брендом в социальных медиа – Текст : электронный // Практический маркетинг. – 2019. – № 5 (267). – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37576050> (дата обращения: 25.08.2019). – Режим доступа: свободный, после авторизации.

6.2. Информационное и программное обеспечение

Internet-ресурсы (в т.ч. в среде LMS MOODLE и др. образовательные и библиотечные ресурсы):

1. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс].- URL: <http://www.cir.ru>. (дата обращения 23.04.2019) доступ по общеуниверситетской сети. – Загл. с экрана. (включает нормативные документы федерального уровня, научные издания МГУ, аналитические издания (журнал «Эксперт»), доклады, публикации и статистические массивы исследовательских центров и др.).
2. Полнотекстовые и реферативные базы данных [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.lib.tpu.ru/html/full-text-db> (дата обращения 23.04.2019). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ.

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

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic;
2. Google Chrome;
3. Mozilla Firefox ESR;
4. Zoom Zoom

7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее оборудование для лекционных и практических занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а 365	Комплект учебной мебели на 26 посадочных мест; Компьютер - 1 шт.; Телевизор - 1 шт.

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

Разработчик(и):

Должность	ФИО
Доцент ШИП	Ковалева Е.В.
Доцент ШИП	Борисова Л.М.

Программа одобрена на заседании ШИП (протокол от «27» июня 2019 г. № 3).

Директор
Школы инженерного предпринимательства

 /А. А. Осадченко/
подпись

Лист изменений рабочей программы дисциплины:

Учебный год	Содержание /изменение	Обсуждено на заседании ШИП/ УС ШИП (протокол)
2020/2021 учебный год	Обновлено содержание, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины с учетом развития науки, культуры, экономики, техники и технологий, социальной сферы	от 29.06.2020 г. №3
	Изменены структура и формы всех документов ООП согласно приказу ТПУ № 127-7/ "Об утверждении форм документов ООП" от 06.05.2020 г.	От 30.06.2020 г. №5