

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

УТВЕРЖДАЮ
 Директор НИИП

 Осадченко А.А.
 «30» 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2020 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Основы цифрового маркетинга			
Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Технологическое брокерство		
Специализация	Технологическое брокерство		
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	зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предприимательства
Руководитель ООП			Попова С.Н.
Преподаватель			Ковалева Е.В.

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)4	Способность найти (выбрать) оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности	ПК(У)-4.31	Знает технологии оценки результатов НИОКР с учетом коммерческого потенциала, требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
		ПК(У)-4.У1	Умеет принимать решения при реализации проектов с учетом требования качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
		ПК(У)-4.В1	Владеет опытом экспертизы проектов создания наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности
ПК(У)5	Способность разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ	ПК(У)-5.31	Знает инфраструктуру инновационной деятельности
		ПК(У)-5.У1	Умеет предвидеть возможные риски и управлять ими
		ПК(У)-5.В1	Владеет навыком экспертизы инновационных проектов и процессов
ДПК(У)2	Разрабатывать программы трансфера и коммерциализации инновационных разработок	ДПК(У)-2.32	Знать методологию и методы проведения исследований рынка, особенности маркетинга инноваций
		ДПК(У)-2.У2	Уметь выполнять маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта
		ДПК(У)-2.В2	Владение опытом анализа рынка для прогнозирования продаж нового товара

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	Уметь применять основные принципы и методы цифрового маркетинга.	ДПК(У)-2
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)-4
РД3	Умение разрабатывать, планировать и координировать маркетинговые программы: сетевой дневник и контент-календарь.	ПК(У)-5

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. 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

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Введение в цифровой маркетинг

Особенности маркетинга в эпоху цифровых коммуникаций. Инструменты и определения Digital Marketing. Сравнение традиционного и цифрового маркетинга. Выбор целевых сегментов и средств коммуникации. Стратегический план интернет-маркетинга.

Темы самостоятельной работы:

1. Виды электронных платежных систем.
2. Изучение профессионального стандарта «Менеджер продуктов в области информационных технологий».
3. Дорожная карта цифрового маркетинга.
4. Определение психотипа потребителя.
5. Расчет аффинити индекса.

Раздел 2. Контекстная реклама

Принципы контекстной рекламы. Ценообразование в контекстной рекламе. Ключевые слова и минус слова. Структура рекламного аккаунта. Составление рекламных объявлений. Анализ эффективности рекламной кампании. Последовательность создания рекламной кампании. Сайты. Мобильные приложения. Посадочные страницы. Юзабилити.

Темы самостоятельной работы:

1. Методы расчета показателей эффективности рекламы в интернете и эффективности маркетинговых мероприятий (ROMI и ROAS).
2. Разработка контекстной рекламы («Яндекс.Директ»).
3. Создание мобильного приложения с использованием конструктора мобильных приложений.
4. Составление технического задания (классический подход и эджайл подход).

Раздел 3. Медийная реклама и сарафанный маркетинг

Определение и возможности медийной рекламы. Баннеры. Видео и аудио реклама. Брендинг и текстово-графические блоки. Ценообразование и варианты оплаты. Развитие социальных сетей. Типы представленности в соцсетях. Управление контентом. Рекомендательный маркетинг. Вирусный и провокационный маркетинг. Влияние

оскорбительной (вызывающей) рекламы на отношение к бренду. Продвижение через блогеров. Продвижение в YouTube. Задачи e-mail маркетинга. Формирование базы адресов. Классификация и правила составления писем. Эффективность e-mail маркетинга. Продвижение в мессенджерах. CPA маркетинг.

Темы самостоятельной работы:

1. Работа с отчетами WebIndex.
2. Анализ медиаплана.
3. Анализ представительств конкурентов в социальной сети.
4. Мониторинг социальных медиа.
5. Оценка и анализ лояльности клиентов на основе показателя NPS.
6. Работа с отчетами и данными E-commerce.

Раздел 4. CRM системы

Основные понятия. Классификация CRM. Социальный CRM. Рынок CRM. Эффективность CRM. Мифы о CRM. Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга.

Темы самостоятельной работы:

1. Расчет экономической эффективности внедрения CRM системы.
2. Отчетная работа «My media profile» (разработка развернутой концепции/стратегии продвижения компании с использованием всех элементов цифрового маркетинга, с последующей оценкой эффективности мероприятий).

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 работ;
- Подготовка к практическим и семинарским занятиям;
- Подготовка к контрольной работе;
- Подготовка к экзамену.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-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).

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>, 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. Лань, Электронно-библиотечная система (ЭБС) [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/books>, доступ по общеуниверситетской сети. – Загл. с экрана. (4000 электронных версий книг издательств «Лань», «Горная книга», «Машиностроение», «Бином. Лаборатория знаний», «ДМК Пресс», «ЭНАС», «Новое знание», «Профессия» и др. доступны по подписке. С 20 ноября 2018 года предоставлен доступ к коллекциям «Инженерно-технические науки» таких издательств, как Высшая школа, Горная книга, Инфра-Инженерия, Машиностроение, Изд-во МГТУ им. Баумана, МИСИС).
3. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.elibrary.ru>, доступ по общеуниверситетской сети. – Загл. с экрана.
4. Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.biblio-online.ru>, доступ по общеуниверситетской сети. – Загл. с экрана. (многопрофильный образовательный ресурс для высшего профессионального образования. Содержит учебную и научную литературу по всем основным дисциплинам от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов).
5. НТБ ТПУ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lib.tpu.ru>.

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

7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

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

1. 7-Zip;
2. Adobe Acrobat Reader DC;
3. Cisco Webex Meetings;
4. Google Chrome;
5. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic;
6. Mozilla Firefox ESR;
7. Zoom Zoom

№	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, 361	Комплект оборудования для проведения лекционных и практических занятий по дисциплине Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 26 посадочных мест; Телевизор - 1 шт.; Компьютер - 1 шт.

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

Разработчик(и):

Должность	ФИО
Доцент	Ковалева Е.В.

Программа одобрена на заседании выпускающей Школы инженерного предпринимательства (протокол от «29» ___ 06 ___ 2020 г. № 3).

Директор
Школы инженерного предпринимательства
к.т.н


/А. А. Осадченко/
подпись