

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра маркетинга

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

Код УМК 97276

Утверждено
Протокол №12
от «09» июня 2021 г.

Пермь, 2021

1. Наименование дисциплины

Цифровой маркетинг

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.03.06** Торговое дело
направленность Маркетинг

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Цифровой маркетинг** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.06 Торговое дело (направленность : Маркетинг)

ПК.2 Способен формулировать управленческие решения с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе маркетинговых исследований

Индикаторы

ПК.2.4 Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации и готовит отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований

ПК.3 Способен осуществлять организацию процессов анализа требований к обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции

Индикаторы

ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	7,8
Объем дисциплины (з.е.)	7
Объем дисциплины (ак.час.)	252
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	98
Проведение лекционных занятий	42
Проведение практических занятий, семинаров	56
Самостоятельная работа (ак.час.)	154
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (5)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (7 триместр) Экзамен (8 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Цифровой маркетинг

Входной контроль

Общие вопросы определения экономической эффективности. Основные требования к параметрам электронного магазина. Оценка качества спроектированного электронного магазина. Показатели оценки эффективности функционирования электронного магазина. Информационная структура электронной торговой площадки. Интерес заказчика в использовании средств электронной коммерции. Интерес участника конкурентных закупок. Эволюция электронной коммерции. Классификация групп рисков при создании средств электронной коммерции.

Основы интернет-статистики

Принципы функционирования Интернет-экономики. Принципы построения системы электронной коммерции. Объекты электронной коммерции. Инфраструктура системы электронной коммерции. Организационно-экономические модели в системе электронной коммерции. Особенности реализации моделей электронной коммерции. Правовое обеспечение электронной коммерции. Системы электронной коммерции. Основные элементы систем электронной коммерции. Преимущества электронной коммерции.

Основные счетчики интернет-статистики

Основные счетчики статистики (яндекс метрика, гугл аналитикс), обзор функционала. UTM-метки. Данные можно анализировать с помощью счетчиков на сайтах, основные показатели эффективности интернет-рекламы. Яндекс Метрика, отчеты. Google Analytics, отчеты. Comagic, Roistat, отчеты. Power bi: зачем нужна сквозная аналитика и что можно сделать с данными в BI-системах.

Электронный брендинг и маркетинг

Функциональная и имиджевая реклама. Трейд-маркинг, брен-динг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг. Имидж продукта и его инновационное развитие. Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия эффективной рекламы. Понятие бренда. Трейд-маркинг, брендинг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг. Основные особенности маркетинга в электронной среде.

Мобильный электронный бизнес

Электронный бизнес в социальных сетях. Мобильные сервисы и приложения. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама. Бизнес-коммуникации. Понятие мобильного контента. Мобильные сервисы и приложения. Основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама. Рынок мобильных товаров и услуг. Основные понятия и виды социальных сетей. Социальное программное обеспечение. Бизнес-коммуникации. Особенности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги. Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях.

Медиапланирование и реклама в Интернет

Построение воронки продаж от расходов до продаж при планировании рекламы для привлечения клиентов в компанию

Реклама в Интернет

PR-инструменты маркетинга в Интернет. Интернет-маркетинг. Ценообразование в Интернет-экономике.

Системы управления проектами

Системы управления проектами: трелло, планфикс, Битрикс 24 и др.

Электронные платежные системы

Средства платежа в электронной коммерции. Платежные системы, их достоинства и недостатки. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе. Интернет-банкинг. Организация платежных систем.

Создание собственного бизнеса в Интернет

Процессы в электронной коммерции. Сети электронной коммерции. Интернет-магазины. Интернет-аукционы. Обзор CMS-систем управления Интернет-магазином. Администрирование и настройка Интернет-магазина. Классификация B2B-систем. Принципы работы сайта. Оформление заказа. Оплата заказа. Доставка заказа. Структура сайта. Программное обеспечение для создания Интернет-магазина.

Выстраивание связи информации об источнике обращения с самим обращением. Мультиканальность. Кроссканальность. Омниканальность

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/99365.html>
2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2019. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/85658>

Дополнительная:

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75200.html>
2. Мишин, В. В. Технологии Internet-коммерции : учебное пособие / В. В. Мишин, К. В. Мартиросян. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 102 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/63144.html>
3. Калужский, М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М. Л. Калужский. — Москва : Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. — 327 с. — ISBN 978-5-282-03365-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/31693>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://www.shopolog.ru/ecommerce/> Shopolog

<https://rusability.ru/> Rusability

<https://www.marketingsherpa.com/> MarketingSherpa

<https://netology.ru/blog> Блог «Нетологии»

<https://texterra.ru/blog/> Блог компании Texterra

<https://www.youtube.com/channel/UCTUyoZMfksbNIHfWJjwr5aQ/about> Академия Яндекса.

<https://www.cossa.ru/> Cossa

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Цифровой маркетинг** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер).
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран,

компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Цифровой маркетинг**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ПК.3

Способен осуществлять организацию процессов анализа требований к обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p>	<p>Знать инфраструктуру цифрового маркетинга в различных отраслях; нормативно-правовую базу межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса; технологии создания и продвижения брендов и компаний в Интернет пространстве основные терминологии мобильного электронного бизнеса; основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса. Уметь использовать основные возможности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Не знает инфраструктуру цифрового маркетинга в различных отраслях; нормативно-правовую базу межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса; технологии создания и продвижения брендов и компаний в Интернет пространстве основные терминологии мобильного электронного бизнеса; основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса. Не умеет использовать основные возможности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>Демонстрирует частично знания инфраструктуры цифрового маркетинга в различных отраслях; нормативно-правовую базу межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса; технологии создания и продвижения брендов и компаний в Интернет пространстве основные терминологии мобильного электронного бизнеса; основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса. Демонстрирует частично умения использования основных возможностей социальных сетей для бизнеса, их основные услуги</p> <p align="center">Хорошо</p> <p>Знает, допуская ошибки, инфраструктуру цифрового маркетинга в различных отраслях; нормативно-правовую базу межведомственного взаимодействия</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>компаний электронного бизнеса; технологии создания и продвижения брендов и компаний в Интернет пространстве основные терминологии мобильного электронного бизнеса; основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса.</p> <p>Умеет, допуская ошибки, использовать основные возможности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Знает инфраструктуру цифрового маркетинга в различных отраслях; нормативно-правовую базу межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса; технологии создания и продвижения брендов и компаний в Интернет пространстве основные терминологии мобильного электронного бизнеса; основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса.</p> <p>Умеет использовать основные возможности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги</p>

ПК.2

Способен формулировать управленческие решения с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе маркетинговых исследований

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.2.4 Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации и готовит отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований</p>	<p>Знать технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; технологии использования электронных денег и электронных платежных систем; особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> <p>Не знает технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; технологии использования электронных денег и электронных платежных систем; особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса</p> <p>Не умеет анализировать информационные и статистические материалы по оценке</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
	<p>электронного бизнеса Уметь анализировать информационные и статистические материалы по оценке электронных бизнесов и Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга; использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов</p>	<p>Неудовлетворител электронных бизнесов и Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга; использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов</p> <p>Удовлетворительн Демонстрирует частично знания технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; технологии использования электронных денег и электронных платежных систем; особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса Демонстрирует частично умение анализировать информационные и статистические материалы по оценке электронных бизнесов и Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга; использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов</p> <p>Хорошо Знает, допуская ошибки, технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; технологии использования электронных денег и электронных платежных систем; особенности использования программ по</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса Умеет, допуская ошибки, анализировать информационные и статистические материалы по оценке электронных бизнесов и Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга; использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Знает технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете; инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде; технологии использования электронных денег и электронных платежных систем; особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса Умеет анализировать информационные и статистические материалы по оценке электронных бизнесов и Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки; использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга; использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе; использовать современные методы организации Интернет-магазинов; применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	- знать основными принципами цифрового маркетинга;- знать основные особенности цифрового маркетинга в среде Интернет.
ПК.2.4 Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации и готовит отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции	Основы интернет-статистики Письменное контрольное мероприятие	- знать инфраструктуру цифрового маркетинга в различных отраслях;- знать нормативно-правовую базу межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса.

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.2.4 Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации и готовит отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований</p> <p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p>	<p>Электронный брендинг и маркетинг</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- знать технологии создания и продвижения брендов и компаний в Интернет пространстве.</p>
<p>ПК.2.4 Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации и готовит отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований</p> <p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p>	<p>Мобильный электронный бизнес</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- знать основные терминологии мобильного электронного бизнеса;- - знать основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса;- - знать основные возможности использования социальных сетей для бизнеса, их основные услуги.</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	5
61-80% правильных ответов	4
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

Основы интернет-статистики

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	13

Электронный брендинг и маркетинг

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	13

Мобильный электронный бизнес

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	40

61-80% правильных ответов	33
41-60% правильных ответов	23
менее 41% правильных ответов	16

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.2.4 Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации и готовит отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований</p> <p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p>	<p>Системы управления проектами</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- знать технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете;- знать инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде.</p>

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.2.4 Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации и готовит отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований</p> <p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p>	<p>Электронные платежные системы</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- знать технологии использования электронных денег и электронных платежных систем;- знать особенности использования программ по управлению проектами и организации взаимодействия различных видов компаний электронного бизнеса.</p>
<p>ПК.2.4 Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации и готовит отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований</p> <p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p>	<p>Создание собственного бизнеса в Интернет</p> <p>Итоговое контрольное мероприятие</p>	<p>- уметь анализировать информационные и статистические материалы по оценке электронных бизнесов и Интернет-проектов, используя современные методы и показатели такой оценки;- уметь использовать методы планирования и прогнозирования цифрового маркетинга;- уметь использовать методики менеджмента и оценки предпринимательских рисков в электронном бизнесе;- уметь использовать современные методы организации Интернет-магазинов;- уметь применять основы вэб-дизайна и моделирования Интернет-проектов.</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Системы управления проектами

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	13

Электронные платежные системы

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	13

Создание собственного бизнеса в Интернет

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	40
61-80% правильных ответов	33
41-60% правильных ответов	23
менее 41% правильных ответов	16