

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

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

**Кафедра менеджмента, маркетинга и коммерции**

**Авторы-составители: Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины

**ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ**

Код УМК 98284

Утверждено  
Протокол №10  
от «08» июня 2022 г.

Пермь, 2022

## **1. Наименование дисциплины**

Цифровой маркетинг

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

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

Направление: **38.04.02** Менеджмент

направленность Международный бизнес в цифровой экономике

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

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

**38.04.02** Менеджмент (направленность : Международный бизнес в цифровой экономике)

**ОПК.4** Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

#### **Индикаторы**

**ОПК.4.1** Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	38.04.02 Менеджмент (направленность: Международный бизнес в цифровой экономике)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	5
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	36
<b>Проведение лекционных занятий</b>	12
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	24
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	72
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (5 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Цифровой маркетинг**

#### **Входной контроль**

Проверка остаточных знаний студента

#### **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.

#### **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.

#### **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.

#### **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.

#### **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.

### **Колтрекинг**

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

Кроссканальность. Омниканальность

### **Анализ эффективности продаж**

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.

## **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. 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>
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>
4. Мартиросян, К. В. Интернет-технологии : учебное пособие / К. В. Мартиросян, В. В. Мишин. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 106 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/63089.html>

### Дополнительная:

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/432127>
2. Бердышев, С. Н. Искусство оформления сайта. 2-е изд. : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 101 с. — ISBN 978-5-394-01546-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/5968>
3. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/97585.html>
4. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.]. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-9729-0210-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/78250>
5. Кобелев О. А. Электронная коммерция : Учебное пособие / под ред. С. В. Пирогова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. — 684 с. — ISBN 978-5-394-00813-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система БиблиоТех : [сайт]. <https://bibliotech.psu.ru/Reader/Book/8937>

## **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»

## **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.
5. Индивидуальные и групповые консультации - 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**

**ОПК.4**

**Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций**

<b>Индикатор</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<p><b>ОПК.4.1</b> Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей</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"><b>Неудовлетворител</b></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"><b>Удовлетворительн</b></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"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, инфраструктуру</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>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, допуская ошибки, использовать основные возможности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></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>

## 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 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	Входной контроль <b>Входное тестирование</b>	- знать основными принципами цифрового маркетинга;- знать основные особенности цифрового маркетинга в среде Интернет.
<b>ОПК.4.1</b> Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей	Электронный брендинг и маркетинг <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	- знать технологии создания и продвижения брендов и компаний в Интернет пространстве.
<b>ОПК.4.1</b> Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей	Медиапланирование и реклама в Интернет <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	- знать технологии продвижения бизнес-сайта в Интернете;- знать инструменты эффективной рекламу брендов товаров и услуг в электронной среде.

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>ОПК.4.1</b> Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей	Анализ эффективности продаж <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	- 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.

### 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	6
61-80% правильных ответов	4
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

#### 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: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	12

## **Медиапланирование и реклама в Интернет**

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

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

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

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	12

## **Анализ эффективности продаж**

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**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
81-100% правильных ответов	40
61-80% правильных ответов	32
41-60% правильных ответов	23
менее 41% правильных ответов	16