

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева»



УТВЕРЖДАЮ
Ректор КузГТУ

Яковлев А.Н.

29.08.2022г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Инструменты интернет-маркетинга в продвижении товаров и услуг

(наименование дисциплины(модуля))

**Дополнительная профессиональная программа
программа профессиональной переподготовки**

Менеджмент В

(наименование дополнительной профессиональной программы)

Форма(ы) обучения очно-заочная

Кемерово 2022

Рабочую программу дисциплины (модуля) составил:

Заведующий кафедрой производственного менеджмента,
руководитель института непрерывного образования
(должность, структурное подразделение)


(подпись)

Королева Т.Г.
(ФИО)

Рабочая программа дисциплины(модуля) обсуждена на заседании *методической комиссии дополнительного профессионального образования*

Протокол № 1 от 29.08.2022

Руководитель структурного подразделения


(подпись)

Т.Г. Королёва

1. Объем дисциплины (модуля) с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 34 академических часов.

Виды учебных занятий	Количество часов		
	ОФ	ЗФ	ОЗФ
Контактная работа по видам учебных занятий, в т.ч.			20
<i>электронное обучение, дистанционные образовательные технологии</i>			4
Самостоятельная работа, в т.ч.			14
<i>электронное обучение, дистанционные образовательные технологии</i>			4
Форма промежуточной аттестации	дифференцированный зачет		

2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам (темам)

Тематика	Контакт. раб.	Самост. раб.	из гр. 2 и гр. 3 активные методы обучения
1	2	3	4
Цифровой и классический маркетинг: взаимоотношения, интеграция, перспективы.	4	2	1 (изучение ситуаций, основанных на описании конкретного опыта принятия управленческих решений и организация коллективного анализа возникающих проблем и предпринимаемых действий)
Интернет как основная среда цифрового маркетинга.	4	2	1 (метод кейса)
Социальные сети	4	2	1 (метод кейса)
Off-line инструментарий цифрового маркетинга.	4	4	2 (деловая игра)
Информационные системы цифрового маркетинга	4	4	2 (изучение ситуаций, основанных на описании конкретного опыта принятия управленческих решений и организация коллективного анализа возникающих проблем и предпринимаемых действий)
Итого	20	14	7

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования профессиональных компетенций в результате освоения дополнительной профессиональной программы

ПК-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК-4	Способность использовать качественные и количественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по их применению
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
ЦК-1	Способность к использованию умных сред, средств сетевой коммуникации, виртуальной и дополненной реальности, автоматизированных систем управления и машинного обучения, технологий робототехники и искусственного интеллекта
ЦК-2	Способность разрабатывать требования для создания новых цифровых продуктов, формировать требования к IT-архитектуре производственных систем, использовать инструменты программирования для решения личных и профессиональных задач.
СК-1	Способность к выстраиванию каналов коммуникаций в различных условиях

Индикаторы достижения компетенции

№ п/п	Состав промежут. аттестации	Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции		Уровень
			Знает	Умеет	
1.	Тест	ПК-2		Имеет опыт и (или) навык и (или) владеет навыками анализа поведения потребителей, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на установление долгосрочных взаимовыгодных отношений с клиентами	Высокий Средний
2.	Тест	ПК-4		разрабатывать мероприятия маркетинговых коммуникаций в Интернете	Высокий Средний
3.	Тест	ПК-5		учитывает все расходы бизнеса составляет стратегию бизнеса способен запускать и настраивать рекламу.	Высокий Средний
4.	Тест	ЦК-1		оценивать влияние цифровой среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, конкурентной среды организации, рынков различных товаров и услуг	Высокий Средний
5.	Тест	ЦК-2		применять методы цифрового маркетинга, продвижения в социальных сетях.	Высокий Средний
6.	Тест	СК-1		начальными навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей и бизнес-идей	Высокий. Средний

Высокий уровень – компетенция сформирована, рекомендованные оценки: *отлично, хорошо*

Средний уровень – компетенция сформирована, рекомендованные оценки: *удовлетворительно*

Низкий уровень – компетенция не сформирована, оценивается *неудовлетворительно*

4. **Оценочные средства, используемые для проведения процедуры промежуточной аттестации обучающихся.**

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине состоит из тестовых вопросов.

Полный комплект оценочных материалов, используемый при проведении процедуры промежуточной аттестации обучающихся, размещён в электронной информационной образовательной среде КузГТУ.

Доступ к оценочным материалам обучающимся предоставляет педагогический работник в авторизованном доступе перед началом процедуры промежуточной аттестации.

Примеры оценочных материалов с указанием шкалы оценивания.

1. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
4. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство.
5. Создание и регистрация сайта. 13. Разработка SEO -friendly сайта
6. Виды интернет-рекламы.
7. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
8. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
9. Оценка эффективности рекламной кампании.
10. SMM. Методы и стратегии.
11. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
12. PR в интернет.
13. Модели электронного бизнеса и их характеристика.

Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации

Доля правильных ответов, %	0 – 65	66 – 75	76 – 85	86 – 100
Оценка	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	компетенции не сформированы	компетенции сформированы		

5. Методические материалы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

Перечень основной литературы

1. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры : [для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям] / [Азарова С. П. и др.]; под общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый университет при Правительстве РФ. - Москва : Юрайт, 2019. - 457 с. - (Бакалавр. Магистр). - Текст : непосредственный.

2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг / М. В. Акулич.-Москва : Дашков и К°, 2021.-346 с-ISBN 9785394042508. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684274 (дата обращения: 26.10.2022). - Текст : электронный.

3. Мальцева, Ю. А. Коммуникационные инструменты маркетинга в интернет пространстве / Ю. А. Мальцева, И. В. Котляревская, В. А. Багинская ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; Под общей редакцией: Мальцева Юлия Анатольевна. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2019. - 76 с. - ISBN 9785799629427. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=697352 (дата обращения: 26.10.2022). - Текст : электронный.

4. Панкрухин, А. П. Маркетинг: учебник для вузов / Гильдия маркетологов. - 3-е изд., стер. - Москва : Омега-Л, 2005. - 656 с. - (Высшее экономическое образование). - Текст: непосредственный.

5. Васильева, Е. В. Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках: генерация и проверка идей через CustDev, дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики : учебник для направления бакалавриата и магистратуры "Бизнес-информатика" / Е. В. Васильева, М. Р. Зобнина ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва : КноРус, 2021. - 724 с. - {Бакалавриат и магистратура). -Текст: непосредственный.

6. Периодические издания

1. Экономика и управление : российский научный журнал (печатный/электронный) <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=9270>

2. Экономика и управление инновациями : научно-практический журнал (печатный/электронный) <https://economics.kuzstu.ru/>

7. *Методические материалы для организации самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины (модуля).*

Самостоятельная работа обучающегося заключается в ознакомлении с содержанием рабочей программы по дисциплине, планируемыми результатами обучения по дисциплине, учебно-методическими материалами, указанными в настоящей рабочей программе.

Обучающийся обязан добросовестно осваивать образовательную программу, в том числе посещать предусмотренные учебным планом учебные занятия, осуществлять самостоятельную подготовку к занятиям, выполнять задания, данные педагогическими работниками в период обучения по дисциплине.

При подготовке к учебным занятиям обучающийся обязан освоить теоретический материал в соответствии с тематикой, установленной в настоящей рабочей программе дисциплины.

Вопросы, возникающие в период выполнения самостоятельной работы по дисциплине, обучающийся вправе обсудить с педагогическим работником, в том числе в форме синхронного и асинхронного взаимодействия в электронной информационной образовательной среде КузГТУ и (или) с использованием ресурсов корпоративной электронной почты КузГТУ.

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Для изучения дисциплины, могут использоваться следующие электронно-библиотечные и справочные системы, электронные справочники

- eLIBRARY.RU
- «Университетская библиотека онлайн»
- «Лань»
- «Юрайт»
- НТБ КузГТУ
- «Znanium»
- «Информио»
- справочно-правовая система «Гарант»
- справочно-правовая система «Консультант плюс»

2. Для изучения дисциплины, могут использоваться следующие методы, средства обучения и образовательные технологии

- Кейс-технологии
- Технология деловой игры
- Информационные технологии в соответствующих отраслях для решения профессиональных задач
- Сквозные цифровые технологии, востребованные в соответствующих отраслях для решения профессиональных задач
- Технологии проблемного обучения
- Технологии проектного обучения
- Технологии искусственного интеллекта
- Практико – ориентированные технологии
- Электронное обучение, дистанционные образовательные технологии.

3. Для изучения дисциплины может использоваться следующее ПО:

- CASE-технологии
- Технологии анализа данных и язык R, Radiant и SOL
- Data science
- Браузеры Яндекс, Safari, Chrome, Mozilla и др.
- Яндекс Аудитория,
- Яндекс. Метрика
- Яндекс. Директ
- Яндекс. Диск
- Яндекс. Документы
- Яндекс. Почта
- Mentimeter
- Moodle
- «Фабрика кроссвордов»
- средства, технологии планирования и управления с помощью электронных таблиц;
- электронная почта и телекоммуникационные средства;
- математическое и компьютерное моделирование;
- экспертные и интеллектуальные системы;
- корпоративная электронная почта и телекоммуникационные средства;
- гипертекстовые технологии и WWW-технологии.

4. Для изучения дисциплины, могут использоваться следующие цифровые платформы:

– Miro

5. Для изучения дисциплины, могут использоваться собственные цифровые платформы

ЭИОС КузГТУ (<https://el.kuzstu.ru/login/index.php>, <https://library.kuzstu.ru/>, <https://portal.kuzstu.ru/>)

ресурсы электронной информационной образовательной системы.

6. Для изучения дисциплины, могут использоваться следующие Интернет ресурсы

– <https://vc.ru/> - Платформа для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов малых, средних и крупных компаний

– <https://www.sostav.ru/> - Новости рекламы и маркетинга

– <https://economics> - Образовательно-справочный ресурс по экономике

– <https://openedu.ru/> Образовательная онлайн-платформа

– <http://www.machinelearning.ru/> Профессиональный информационно-аналитический ресурс, посвященный машинному обучению, распознаванию образов и интеллектуальному анализу данных

7. **Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

1. Минимальные технические требования к оборудованию и каналам связи участников образовательных отношений

– **Персональный компьютер**

Платформа (Операционная система): Windows 7, MacOS 10.9 Mavericks, Linux. Pentium 4.1 GHz (либо аналог), RAM 512 Mb, HDD 250 Mb, Клавиатура, Мышка, Широкополосный доступ, Разрешение экрана не менее 800x600.

Наличие интернет-браузера: Chrome 37.0, Firefox 38.0, Opera 10.53, Apple Safari.

Видеокамера, динамики (наушники), микрофон.

– **Мобильное устройство:**

Любое мобильное устройство имеющее доступ в интернет, с установленным браузером.

Наличие видеокамеры, динамиков (наушников) и микрофона обязательно.

8. **Иные сведения и (или) материалы**

При осуществлении образовательного процесса применяются следующие образовательные технологии:

- традиционная с использованием современных технических средств;
- электронное обучение, дистанционные образовательные технологии;
- модульная;
- интерактивная.

Организация и проведение учебных занятий осуществляется с использованием электронных мультимедийных средств.

В процессе проведения учебных занятий в контактной работе используется диалоговая форма чтения лекций с постановкой и решением проблемных задач, обсуждением дискуссионных моментов.

Самостоятельная работа включает повторение теоретического материала и закрепление его при решении конкретных задач.