

Министерство образования и науки Российской Федерации
филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Кубанский государственный университет»
в г. Армавире

УТВЕРЖДАЮ



Директор по работе с филиалами
ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный университет»
А.А.Евдокимов

08 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.В.02 Цифровой маркетинг

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль): управление персоналом

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины «Цифровой маркетинг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом

Программу составила:

Косенко С.Г., канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой экономики и менеджмента



Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) экономики и менеджмента
протокол № 1 «28» августа 2017г.



Заведующий кафедрой Косенко С.Г.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии филиала по УГН «Экономика и управление»

Протокол № 1 «28» августа 2017 г.

Председатель УМК филиала по УГН
«Экономика и управление»



канд. экон. наук, доц. Кабачевская Е.А.

Рецензенты:

Колодня Е.А. канд. экон. наук., доцент, доцент кафедры Экономики управления ФГБОУ ВО «АГПУ»

Королук Е.В. д-р экон. наук, профессор кафедры экономики менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке

1 Цели и задачи изучения дисциплины.

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель освоения дисциплины «Цифровой маркетинг» (ФТД.В.02) – сформировать знания о теоретических и прикладных аспектах цифрового маркетинга, научить студентов использовать на практике методы и приемы цифрового маркетинга, необходимые в будущей профессиональной деятельности.

1.2. Задачи дисциплины:

1. Вооружить студентов глубокими и конкретными знаниями в сфере цифрового маркетинга с целью использования их в практической деятельности.
2. Дать практические навыки для использования цифрового маркетинга в деятельности фирмы и будущей профессиональной деятельности.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина ФТД.В.02. «Цифровой маркетинг» относится к дисциплинам вариативной части Блока «Факультативы» учебного плана.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
1	ПК-2	Знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	Знать: основы кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала	Уметь: пользоваться современными техническими средствами и информационными технологиями при решении аналитических и исследовательских задач	Владеть: Навыками применения цифрового маркетинга для реализации стратегии привлечения персонала

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач.ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы		Всего часов	курс (часы)			
			1	2	3	4
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		6		-	6	-
Занятия лекционного типа		2		-	2	-
Лабораторные занятия				-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		4		-	4	-
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2			0,2	
Самостоятельная работа, в том числе:		26			26	
Курсовая работа				-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала		6		-	6	-
Анализ научно-методической литературы		6		-	6	-
Реферат, эссе		6		-	6	-
Подготовка к текущему контролю		8		-	8	-
Контроль:						
Подготовка к экзамену		3,8			3,8	
Общая трудоемкость	час.	36		-	36	-
	в том числе контактная работа	6,2			6,2	
	зач. ед	1			1	

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые на 3 курсе

Номер раздела	Наименование тем разделов	Трудоемкость в часах			
		Всего	Аудиторная работа		Внеауд. работа
			Л	ПЗ	
1	<i>Сущность, содержание цифрового маркетинга</i>				
	Тема 1. Понятие, сущность, функции и концепции цифрового маркетинга		1	1	7
	Тема 2. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете		1	1	7
2	<i>Инструменты цифрового маркетинга</i>				
	Тема 3. Основные инструменты цифрового маркетинга			1	7
	Тема 4. Эффективность цифрового маркетинга			1	5
	<i>Итого:</i>		2	4	26

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, СРС – самостоятельная работа студента, ИКР – индивидуальная контактная работа

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

Номер раздела	Наименование раздела	Содержание тем раздела	Форма текущего контроля
1	Сущность, содержание цифрового маркетинга	Тема 1. Понятие, сущность, функции и концепции цифрового маркетинга	Реферат (Р), Эссе (Э)
		Тема 2. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете	Реферат (Р), Эссе (Э)
2.	Инструменты цифрового маркетинга	Тема 3. Основные инструменты цифрового маркетинга	Реферат (Р), Эссе (Э)
		Тема 4. Эффективность цифрового маркетинга	Реферат (Р), Эссе (Э)

2.3.2 Занятия семинарского типа.

Номер раздела	Наименование раздела	Содержание тем раздела	Форма текущего контроля
1	Сущность, содержание цифрового маркетинга	Тема 1. Понятие, сущность, функции и концепции цифрового маркетинга	Устный опрос, Реферат
		Тема 2. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете	Устный опрос, Реферат
2.	Инструменты цифрового маркетинга	Тема 3. Основные инструменты цифрового маркетинга	Устный опрос, Реферат
		Тема 4. Эффективность цифрового маркетинга	Устный опрос, Реферат

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия тематическим планом не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы тематическим планом не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного (теоретического) материала	Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 28 августа 2017 г., протокол №1)
2	Анализ научно-методической литературы	- Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 28 августа 2017 г., протокол №1); - Основная и дополнительная литература по дисциплине.
3	Подготовка рефератов, эссе	Методические рекомендации по подготовке, написанию и порядку оформления рефератов и эссе (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Армавире 28 августа 2017 г., протокол №1)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

При реализации учебной работы по дисциплине используются традиционные образовательные технологии, ориентированные на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к обучающемуся.

Используемые образовательные технологии по-новому реализуют содержание обучения и обеспечивают реализацию компетенций данной дисциплины, подразумевая научные подходы к организации образовательного процесса, изменяют и предоставляют новые формы, методы и средства обучения.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Примерные вопросы для устного опроса

Тема 1. Понятие, сущность, функции и концепции цифрового маркетинга

1. В чем заключаются основные задачи цифрового маркетинга?
2. Какие организационные службы осуществляют контроль маркетинга?
3. В чем преимущество применения цифрового маркетинга?

Тема 2. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете

1. Типы целевых аудиторий
2. Каналы привлечения пользователей
3. Виды оплаты в Интернете.

Тема 3. Основные инструменты цифрового маркетинга.

1. Интернет-магазин как новая форма торговой площадки
2. Интернет-аукционы.
3. Digital маркетинг

Тема 4. Эффективность цифрового маркетинга.

1. С какой целью проводится определяется эффективность цифрового маркетинга?
2. Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете
2. Показатели вэб-аналитики.

Примерные темы рефератов

1. Определение интернет-маркетинга как части маркетинга. Основные элементы особенности.
2. Поиск свободных ниш. Анализ и критерии принятия решения по открытию проекта.
3. Принципы и особенности составления бизнес-плана по Интернет-проекту.
4. Основные подходы к дизайну Интернет-проектов.
5. Ценообразование товаров и услуг в Интернете. Политика ценообразования с низкой и высокой маржой.
6. Медийная реклама. Баннеры. Параметры эффективности.
7. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
8. Вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.
9. Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
10. Прямой маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.
- 11.
- .

Примерные темы эссе

1. Политическая реклама в античности.
2. Маркетинг идей.
3. Управление брендом предприятия.
4. Все лучшее – себе. Бенчмаркинг.
5. Реклама "правильной" жизни
6. Проблема сущности маркетинга и ориентации производителя на желания и потребности покупателя.
7. Значение удачного имиджа для рекламного сообщения.
8. Манипулирование потребителем поведением.
9. Логика в торговле.
10. Управление брендом предприятия .

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету:

1. Понятие цифрового маркетинга. Функции и задачи.
2. Понятие целевой аудитории в цифровом маркетинге.
3. Сегментирование потребителей в цифровом маркетинге.
4. SEO - оптимизация. Преимущества и недостатки использования.
5. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде.
6. Новые виды Интернет-маркетинга и лидогенерации.
7. Основные принципы и методы поддержки сайтов.
8. Способы монетизации интернет-проектов.
9. Электронная коммерция. Виды электронной коммерции.
10. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.
11. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете.
12. Конкурс как инструмент лидогенерации.
13. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.
14. Электронный журнал. Сущность, цели, виды, применение.
15. Электронный журнал. Структура электронного журнала.

16. Правило «золотого сечения» в построении контента в виртуальном пространстве.
17. Фронтенд. Сущность, цели, виды, применение.
18. Подписная страница. Сущность, цели, виды, применение.
19. Формы продаж в Интернете.
20. Основные виды рекламных носителей в Интернете.
21. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете.
22. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение.
23. Конференции, семинары, тематические форумы.
24. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение.
25. Управление мнением сообществ в социальных сетях.
26. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.
27. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение.
28. Современные технологии в электронном бизнесе.
29. Показатели эффективности деятельности компании в SMM.
30. Определение эффективности цифрового маркетинга.

Уровень требований и критерии оценок на зачете

Оценка «зачтено» выставляется, если компетенции дисциплины полностью освоены, обучающийся владеет материалом, отвечает на основные и дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» выставляется, если компетенции дисциплины не освоены, обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

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:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.

5.1 Основная литература:

1. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 301 с. – (Серия : Бакалавр). – ISBN 978-5-534-04238-2. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/internet-marketing-412924#page/1>

2. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 164 с. – (Серия : Университеты России). – ISBN 978-5-534-04874-2. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/sovremennyye-modeli-marketinga-415979#page/1>

5.2 Дополнительная литература

1. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С. В. Карповой. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 457 с. – (Серия : Бакалавр и магистр.). – ISBN 978-5-534-00354-3. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/innovacionnyy-marketing-412942#page/1>

2. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 495 с. – (Серия: Бакалавр). – ISBN 978-5-534-02621-4. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/marketing-412623#page/1>

5.3. Периодические издания:

1. Маркетинг и финансы URL: <http://grebennikon.ru/journal-11.html>.
2. Маркетинговые коммуникации URL: <http://grebennikon.ru/journal-1.html>.
3. Реклама. Теория и практика URL: <http://grebennikon.ru/journal-8.html>.
4. Креативная экономика. URL: https://e.lanbook.com/journal/2128#journal_name
5. Российское предпринимательство. URL: https://e.lanbook.com/journal/2131#journal_name

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» - URL: www.grebennikon.ru

2. «Электронная библиотека диссертаций» Российской Государственной Библиотеки (РГБ). - URL: <https://dvs.rsl.ru/>

3. Базы данных компании «Ист Вью». - URL: <http://dlib.eastview.com>

4. ЭБС издательства «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com>

5. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE». – URL: www.biblioclub.ru

6. ЭБС «Юрайт». – URL: <http://www.biblio-online.ru/>

7. Научная электронная библиотека (НЭБ) «eLibrary.ru». - URL: <http://www.elibrary.ru>

8. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. - URL: <http://lib.myilibrary.com>

9. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>

10. Электронный периодический справочник « Системы гарант» - <http://www.garant.ru>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

По курсу предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых дается основной систематизированный материал. Основной целью лекции является обеспечение теоретической основы обучения, развитие интереса к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, формирование у обучающихся ориентиров для самостоятельной работы.

Подготовка к практическим занятиям.

Практические занятия ориентированы на работу с учебной и периодической литературой, знакомство с содержанием, принципами и инструментами осуществления и решением основных вопросов, приобретение навыков для самостоятельных оценок результатов оценки основных явлений дисциплины. К практическому занятию обучающийся должен ответить на основные контрольные вопросы изучаемой темы, подготовить эссе, решить тесты. Кроме того, следует изучить тему по конспекту лекций и учебнику или учебным пособиям из списка литературы.

Устный опрос. Важнейшие требования к устным ответам студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них. Ответ обучающегося должно соответствовать требованиям логики: четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Написание эссе. Эссе – это небольшое по объему и свободное по композиции сочинение на заданную тему, отражающее подчеркнuto индивидуальную позицию автора. Рекомендуемый объем эссе – 2-3 печатные страницы.

Написание реферата – это вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определённую тему на семинарах.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- выполнение домашнего задания, предусматривающих решение ситуационных задач, проверяемых в учебной группе на практических занятиях;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- написание реферата и эссе по заданной проблеме.

Зачет. Обучающиеся обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения обучающимся учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения реферативных работ, эссе, устного опроса.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующими индивидуализации обучения и установлению воспитательного

контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

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

8.1 Перечень информационных технологий.

1. Предоставление доступа всем участникам образовательного процесса к корпоративной сети университета и глобальной сети Интернет.
2. Предоставление доступа участникам образовательного процесса через сеть Интернет к справочно-поисковым информационным системам.
3. Использование специализированного (Офисное ПО, графические, видео- и аудиоредакторы и пр.) программного обеспечения для подготовки тестовых, методических и учебных материалов.
4. Использование офисного и мультимедийного программного обеспечения при проведении занятий и для самостоятельной подготовки обучающихся.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

- Microsoft Windows , Microsoft Office Professional Plus;
- Acrobat Reader DC; Sumatra PDF ;
- Mozilla FireFox;
- Медиаплеер VLC;
- Архиватор 7– zip;
- Gimp 2.6.16 (растровый графический редактор);
- Inkscape 0.91 (векторный графический редактор).

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru>.
2. Официальная Россия. Сервер органов государственной власти Российской Федерации. – URL: <http://www.gov.ru>.
3. Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.
4. Научная электронная библиотека (НЭБ) «eLibrary.ru». – URL: <http://www.elibrary.ru>

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа
2.	Семинарские занятия	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций
4.	Текущий контроль, промежуточная	Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации

	аттестация	
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.