

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Сочинский государственный университет»



СОГЛАСОВАНО
Декан факультета ЭиП
С.В. Петрова
2023 г.



ПРИТВЕРЖДАЮ
Для документов
Проректор по УРиКОД
А.В. Иваненко
2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Цифровой маркетинг

Шифр и направление подготовки	38.03.05 Бизнес-информатика
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Профиль	Цифровые технологии в бизнесе
Форма обучения	Очно-заочная
Выпускающая кафедра	Инновационных технологий в экономике и управлении
Кафедра-разработчик рабочей программы	Инновационных технологий в экономике и управлении
Год начала подготовки	2023

Семестр	Трудоемкость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
6	144/4	16	32	-	60	-	Экзамен (36)
Итого:	144/4	16	32	-	60	-	Экзамен (36)

Сочи, 2023 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины «Цифровой маркетинг»

Рабочую программу составили:

Балабанова Анна Олеговна, ст. преподаватель кафедры инновационных технологий в экономике и управлении



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

Заведующий кафедрой инновационных

технологий в экономике и управлении



Борисова Т.Г.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ:

Директор НОБ


подпись

Онищенко Е.В.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и
методического обеспечения



Васильченко В.В.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.
В программу внесены дополнения и (или) изменения:

Заведующий кафедрой ИТЭУ _____

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины является формирование профессиональных компетенции, необходимых для выполнения новых видов профессиональной деятельности в сфере маркетинговой деятельности.

Задачи курса сформировать навыки: анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг; навыками и инструментами проведения маркетингового исследования; навыками и технологиями управления цифровыми каналами продаж; навыками выбора инструментов продаж; технологиями продвижения брендов в интернете и социальных медиа; навыками формирования каналов коммуникации с потребителями; навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний; навыками разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации; инструментами разработки и проведения рекламных акций по стимулированию продаж.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
ПК-1 Способен управлять деятельностью предприятий и организаций на основе информационных технологий	Управление данными, Цифровой маркетинг, Разработка на бизнес-ориентированных языках программирования и Low-Code системы, Электронный документооборот, Управление человеческими ресурсами, Управление цифровыми каналами продаж, Технологии SMM, Управление цифровыми каналами коммуникаций, Управление репутацией и корпоративная социальная ответственность, Технологическая (проектно-технологическая) практика, Преддипломная практика

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к результатам освоения дисциплины представлены в виде таблицы 2.

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ПК-1 Способен управлять деятельностью предприятий и организаций на основе информационных технологий	ПК-1.1 Демонстрирует знания особенностей функционирования электронного бизнеса, тенденций развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий, экономики и менеджмента электронного предприятия	Знать: методологии и инструментальные средства анализа особенностей функционирования цифрового маркетинга электронного бизнеса. Уметь: подбирать и применять на практике методы и инструментальные средства анализа особенностей функционирования цифрового маркетинга электронного бизнеса. Владеть: технологиями, методами, инструментальными средствами анализа особенностей

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		функционирования цифрового маркетинга электронного бизнеса.
	ПК-1.2 Управляет процессами и подсистемами электронного бизнеса	Знать: методы управления процессами и подсистемами цифрового маркетинга и электронного бизнеса. Уметь: моделировать, анализировать и совершенствовать процессы и подсистемы цифрового маркетинга и электронного бизнеса. Владеть: технологиями и инструментами цифрового маркетинга.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	Основы цифрового маркетинга	10	2	2	-	6
2	Современные концепции маркетинга	10	2	2	-	6
3	Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности	12	2	4	-	6
4	Инструменты маркетинга	12	2	4	-	6
5	Маркетинговые исследования	12	2	4	-	6
6	Планирование проведения маркетингового исследования	12	2	4	-	6
7	Инструменты проведения маркетингового исследования	12	2	4	-	6
8	Инструменты анализа рынка	14	2	4	-	8
9	Цифровой контент маркетинг	14	-	4	-	10
10	Экзамен	36	-	-	-	-
ИТОГО		144	16	32	-	60

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Основы цифрового маркетинга	Введение в курс. Рынок маркетинговых услуг. Рынок трудоустройства: требования к соискателям, вакансии, вакансии самозанятости. Пример резюме, свод требований и умений в профессии.

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
2	Современные концепции маркетинга	Терминология. Классификация и виды, подходы, тенденции. Функции и задачи маркетинга. Определение потребностей организации и соответствие стратегическим целям.
3	Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности	Анализ учебно-методической литературы в сфере маркетинга. Анализ научных публикаций и открытых источников. Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности. Использование нормативно-правовых баз, баз научной литературы, проверка и верификация информационных источников.
4	Инструменты маркетинга	Современные инструменты маркетинга по видам и этапам деятельности. Системы CRM. Продуктовая матрица. Коммерческое предложение. Прайс-лист. Печатные материалы. Презентации. Электронные почты. Место AI в маркетинге: где, как и зачем применяют.
5	Маркетинговые исследования	Основы маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Площадки продаж
6	Планирование проведения маркетингового исследования	Планирование проведения маркетингового исследования. Источники информации. Статистические базы-данных. Составление плана маркетингового исследования. Составление базы информационных источников.
7	Инструменты проведения маркетингового исследования	Инструменты проведения маркетингового исследования. Цифровые инструменты и сервисы для проведения маркетинговых исследований. Инструменты сбора и обработки информации. Составление электронной анкеты.
8	Инструменты анализа рынка	Изучение конкурентов, поиск возможностей для нового или существующего бренда. Система сбора информации. Источники и методы. Критерии анализа действий конкурентов: на что стоит обращать внимание. Изучение потребителей. Источники информации. Инструменты анализа поисковых запросов.

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Основы цифрового маркетинга	Задания для практических занятий.
2	Современные концепции маркетинга	Задания для практических занятий.
3	Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности	Задания для практических занятий.
4	Инструменты маркетинга	Задания для практических занятий.
5	Маркетинговые исследования	Задания для практических занятий.
6	Планирование проведения маркетингового исследования	Задания для практических занятий.
7	Инструменты проведения маркетингового исследования	Задания для практических занятий.
8	Инструменты анализа рынка	Задания для практических занятий.
9	Цифровой контент маркетинг	Задания для практических занятий. Тестирование.

4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.1.4 Самостоятельная работа студента.

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Основы цифрового маркетинга	Самостоятельное изучение темы лекции, подготовка и выполнение заданий.
2	Современные концепции маркетинга	Самостоятельное изучение темы лекции, подготовка и выполнение заданий.
3	Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности	Самостоятельное изучение темы лекции, подготовка и выполнение заданий.
4	Инструменты маркетинга	Самостоятельное изучение темы лекции, подготовка и выполнение заданий.
5	Маркетинговые исследования	Самостоятельное изучение темы лекции, подготовка и выполнение заданий.
6	Планирование проведения маркетингового исследования	Самостоятельное изучение темы лекции, подготовка и выполнение заданий.
7	Инструменты проведения маркетингового исследования	Самостоятельное изучение темы лекции, подготовка и выполнение заданий.
8	Инструменты анализа рынка	Самостоятельное изучение темы лекции, подготовка и выполнение заданий.
9	Цифровой контент маркетинг	Самостоятельное изучение темы лекции, подготовка и выполнение заданий, подготовка к тестированию.

4.1.5 Интерактивные формы занятий – не предусмотрены.

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1. Литература

1. Кадацкая, Д. В. Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики : учебное пособие / Д. В. Кадацкая. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-361-00833-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110192.html> (дата обращения: 22.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва. — Москва : Прометей, 2021. — 164 с. — ISBN 978-5-00172-088-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/125686.html> (дата обращения: 22.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Константинов, В. И. Маркетинг : учебное пособие / В. И. Константинов. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-1146-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/132790.html> (дата обращения: 22.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Шамис, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 с. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124747.html> (дата обращения: 22.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/124747>

5. Васильева, Е. А. Маркетинг в сервисе : практикум / Е. А. Васильева, А. В. Васильева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 208 с. — ISBN 978-5-4486-0141-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/72806.html> (дата обращения: 22.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/72806>

6. Васильева, Е. А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе : учебное пособие / Е. А. Васильева, Я. О. Гришанова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. —

70 с. — ISBN 978-5-4486-0198-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71588.html> (дата обращения: 22.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/71588>

7. Стешин, А. И. Информационные системы в маркетинге : учебное пособие / А. И. Стешин. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 180 с. — ISBN 978-5-4487-0384-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79628.html> (дата обращения: 22.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.2.2 Нормативная литература

1. Гражданский кодекс РФ

2. Указ Президента РФ от 28 апреля 2008г. No 607 «Об оценке эффективности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов».

3. Распоряжение Правительства РФ от 11.09.2008 No 1313-р, в целях реализации указа Президента РФ от 28 апреля 2008г. No 607 (содержит методику мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов).

4. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» <http://www.consultant.ru/popular/selfgovernment/>

4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

№	Наименование интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010-. – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 03.07.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2	Сетевая электронная библиотека классических университетов «Лань» : сайт / ООО ЭБС «Лань. – Санкт-Петербург, 2009 – . – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 03.07.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный
3	КонсультантПлюс: справочно-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997-. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине,
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Рынок маркетинговых услуг.
2. Рынок трудоустройства: требования к соискателям, вакансии, вакансии самозанятости.
3. Терминология. Классификация и виды, подходы, тенденции. Функции и задачи маркетинга.

4. Определение потребностей организации и соответствие стратегическим целям.
5. Анализ учебно-методической литературы в сфере маркетинга.
6. Анализ научных публикаций и открытых источников.
7. Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности.
8. Использование нормативно-правовых баз, баз научной литературы, проверка и верификация информационных источников.
9. Современные инструменты маркетинга по видам и этапам деятельности.
10. Системы CRM.
11. Продуктовая матрица.
12. Коммерческое предложение.
13. Прайс-лист. Печатные материалы.
14. Презентации. Электронные почты.
15. Место AI в маркетинге: где, как и зачем применяют.
16. Основы маркетинговых исследований.
17. Виды маркетинговых исследований. Площадки продаж
18. Планирование проведения маркетингового исследования.
19. Источники информации.
20. Статистические базы-данных.
21. Составление плана маркетингового исследования.
22. Составление базы информационных источников.
23. Инструменты проведения маркетингового исследования.
24. Цифровые инструменты и сервисы для проведения маркетингов исследований.
25. Инструменты сбора и обработки информации.
26. Составление электронной анкеты.
27. Изучение конкурентов, поиск возможностей для нового или существующего бренда.
28. Система сбора информации.
29. Источники и методы.
30. Критерии анализа действий конкурентов: на что стоит обращать внимание.
31. Изучение потребителей.
32. Источники информации.
33. Инструменты анализа поисковых запросов.
34. Основы контент-маркетинга.
35. Виды современного контента и современные требования к контенту.
36. Нормативно-правовое регулирование контента.
37. Особенности налогообложения имущества, полученного предприятием безвозмездно.
38. Учетная политика для целей налогообложения как фактор оптимизации налоговых платежей.

Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (экзамен):

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приёмами выполнения практических задач, правильно и точно подтверждает сделанные при решении практических заданий выводы соответствующими нормативными документами, точно и правильно производит расчет показателей, демонстрирует полноту и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, затрудняется подтвердить сделанные при решении практических заданий выводы хотя бы одним нормативным документом, допускает ошибки при проведении расчетов показателей, неточно использует основные процедуры и действия в предложенном практическом задании.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников.

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

Методические рекомендации студентам по подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине (экзамен).

При подготовке к промежуточной аттестации следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

Студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студентов к полному высказыванию по данной теме в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам тестирования, федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются (указать при наличии нижеперечисленных пунктов):

- наличие помещений для СРС;
- наличие раздаточного материала, учебно-методических материалов, обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

– Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

– Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

– Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки, полученной ранее

информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

При обучении дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Кабинет для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: комплект специализированной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия.

2. Помещение для самостоятельной работы: библиотека, читальный зал: помещение для самостоятельной работы: столы, стулья. Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» с обеспечением доступа в ЭИОС университета.

Дистанционная поддержка дисциплины.

Для передачи раздаточного материала к практическим занятиям, домашних заданий, обмена информацией с преподавателем используется электронная почта.

При реализации дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Для организации процесса реализации дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используется:

- mail.ru – электронные почты преподавателя и группы;
- мессенджеры – приложения для коммуникаций;
- лицензионное программное обеспечение: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Access.

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Таблица 9 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	Microsoft Windows.
2	Microsoft Office
3	Архиватор 7-zip. Бесплатное программное обеспечение
4	Справочно-правовая система Консультант Плюс

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**Направление бакалавриата 38.03.05 «Бизнес-информатика»
профиль
«Цифровые технологии в бизнесе»**

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины «Цифровой маркетинг»

*Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений
Очно-заочная форма обучения*

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	4 зет. / 144 час.
Цель изучения дисциплины	формирование профессиональных компетенции, необходимых для выполнения новых видов профессиональной деятельности в сфере маркетинговой деятельности
Содержание дисциплины	Основы цифрового маркетинга Современные концепции маркетинга Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности Инструменты маркетинга Маркетинговые исследования Планирование проведения маркетингового исследования Инструменты проведения маркетингового исследования Инструменты анализа рынка Цифровой контент маркетинг
Формируемые компетенции (коды)	ПК-1
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-1.1 Демонстрирует знания особенностей функционирования электронного бизнеса, тенденций развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий, экономики и менеджмента электронного предприятия ПК-1.2 Управляет процессами и подсистемами электронного бизнеса
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Управление данными, Цифровой маркетинг, Разработка на бизнес-ориентированных языках программирования и Low-Code системы, Электронный документооборот, Управление человеческими ресурсами, Управление цифровыми каналами продаж, Технологии SMM, Управление цифровыми каналами коммуникаций, Управление репутацией и корпоративная социальная ответственность, Технологическая (проектно-технологическая) практика, Преддипломная практика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
Форма промежуточной аттестации	Экзамен