

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

Направление подготовки/специальность:
38.03.01 Экономика

Направленность/специализация:
Финансы и кредит

Квалификация выпускника: бакалавр

**Кострома
2021**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

Сформировать у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективной деятельности, а также продвижения компаний и продуктов посредством цифрового маркетинга

Задачи дисциплины:

- формирование у обучающихся знаний основных современных концепций маркетинга, их существенных черт;
- формирование у студентов знаний об основных средствах и инструментах продвижения и продаж в Интернете, инструментах лидогенерации, SEO – оптимизации, аналитики данных и повышения конверсии;
- формирование у студентов умения делать выбор среди современных инструментов цифрового маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;
- формирование у обучающихся навыков обобщения, систематизирования и оценки маркетинговой информации;
- формирование у студентов способности владеть методами анализа эффективности результатов деятельности компании в области цифрового маркетинга

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Освоить компетенции:

ПК-2. Способность готовить информационно-аналитическое обеспечение деятельности банков и финансовых институтов, организаций различных отраслей экономики и государственного сектора, разрабатывать прогнозы и планы, осуществлять мониторинг, анализ и контроль за ходом их выполнения

Код и содержание индикаторов компетенции:

ИК. ПК-2.1 Применяет современные методы анализа и оценки деятельности организаций, в том числе институтов финансового рынка для выявления тенденций их развития с учетом складывающейся макроэкономической ситуации

ИК. ПК-2.2 Демонстрирует умение определять эффективные направления развития финансово-кредитных институтов, иных организаций различных отраслей экономики, осуществлять мониторинг реализации прогнозов, стратегий и планов деятельности и контролировать их выполнение

Знать:

- основные современные концепции маркетинга, их существенные черты; современные направления развития комплекса маркетинга;
- основные виды маркетинговых коммуникаций, их взаимосвязь, тенденции развития коммерческого и социального маркетинга;
- маркетинговые функции Интернет-сайтов и характеристику их основных видов;
- подходы, методы, алгоритмы и инструменты оценки эффективности цифрового маркетинга

Уметь:

- обобщать, систематизировать и оценивать маркетинговую информацию;
- выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования, в т.ч. в сети Интернет;
- применять знания в области цифрового маркетинга на своем рабочем месте в различных отраслях деятельности;

- оценивать поведенческие факторы при проведении мероприятий в сфере продвижения и продажи товаров и услуг;
- определять эффективность разрабатываемых проектов цифрового маркетинга

Владеть:

- навыками критического осмысления возможности применения современных технологий маркетинговой деятельности;
- методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов инновационного маркетинга, современными способами продвижения товаров и услуг;
- системным и процессным подходами к организации цифрового маркетинга;
- методологией расчета показателей эффективности цифрового маркетинга

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается на 3 курсе в соответствии с учебным планом в 6 семестре (очная форма обучения), на четвертом курсе в 7 семестре (очно-заочная и заочная формы обучения).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках: Цифровая экономика и финансовая грамотность, Введение в профессиональную деятельность, Информационные системы в экономике и управлении, Экономика организаций, Экономико-математическое моделирование / Ознакомительная практика.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Финансовый риск-менеджмент, Управление конфликтами в финансовой сфере, Финансовое планирование и моделирование, Налогообложение финансовых активов / Технологическая (проектно-технологическая) практика, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3	3	3
Общая трудоемкость в часах	108	108	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	32	20	14
Лекции	16	10	6
Практические занятия	16	10	8
Лабораторные занятия	-	-	-
Практическая подготовка	-	-	-
Самостоятельная работа в часах	75,75	87,75	89,75
Форма промежуточной аттестации	Зачет	Зачет	Зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Лекции	16	10	6
Практические занятия	16	10	8
Лабораторные занятия	-	-	-
Консультации	2	2	2
Зачет/зачеты	-	-	-
Экзамен/экзамены	0,25	0,25	0,25
Курсовые работы	-	-	-
Курсовые проекты	-	-	-
Практическая подготовка	-	-	-
Всего	34,25	22,25	16,25

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Современные направления и инструменты развития маркетинга	16	2	2	-	12
2	Основы цифрового маркетинга	16	2	2	-	12
3	Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга	16	2	2	-	12
4	Современные технологии и инструменты цифрового маркетинга	13,75	4	4	-	21,75
5	Оценка эффективности инструментов цифрового маркетинга	12	4	4	-	20
6	Риски в цифровом маркетинге	12	2	2	-	16
	Итого:	107,75	16	16	-	75,75

Очно-заочная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Современные направления и инструменты развития маркетинга	16	1	1	-	14
2	Основы цифрового маркетинга	16	1	1	-	14
3	Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга	18	2	2	-	14
4	Современные технологии и инструменты цифрового маркетинга	19,75	2	2	-	15,75
5	Оценка эффективности инструментов	19	2	2	-	15

	цифрового маркетинга					
6	Риски в цифровом маркетинге	19	2	2	-	15
	Итого:	107,75	10	10	-	87,75

Заочная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Современные направления и инструменты развития маркетинга	16	1	1	-	14
2	Основы цифрового маркетинга	16	1	1	-	14
3	Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга	16	1	1	-	14
4	Современные технологии и инструменты цифрового маркетинга	19,75	1	2	-	16,75
5	Оценка эффективности инструментов цифрового маркетинга	19	1	2	-	16
6	Риски в цифровом маркетинге	17	1	1	-	15
	Итого:	103,75	6	8	-	89,75

5.2. Содержание

1. Современные направления и инструменты развития маркетинга

Направления развития маркетинга товаров и услуг. Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики. Практика организации маркетинга: международный и современный российский опыт. Элементы комплекса маркетинга. Факторы, влияющие на выбор оптимальной структуры комплекса маркетинга. Принципы разработки комплекса маркетинга, его содержание и социально-экономическое значение.

2. Основы цифрового маркетинга

Сущность и основные определения цифрового маркетинга. Интернет-маркетинг и электронный бизнес. Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет. Особенности цифрового маркетинга. Клиентоориентированный маркетинг как основа Digital-маркетинга. Настоящее и будущее технологии Big Data и ее роль в электронной коммерции. Прогноз развития технологий электронной коммерции. Чат -боты: преимущества и недостатки применения, основные типы.

3. Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга

Преимущества Интернет -ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности. Маркетинговые функции Интернет-сайтов. Классификация Интернет -ресурсов как инструментов маркетинговой деятельности. Характеристика основных видов Интернет -ресурсов с точки зрения их маркетингового инструментария. Организация деятельности трансграничных торговых площадок («маркетплейсы»). Сущность и преимущества маркетинговых исследований в сети Интернет. Источники информации и технологии маркетинговых исследований в сети Интернет. Источники маркетинговой информации в сети Интернет. Методы проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.

4. Современные технологии и инструменты цифрового маркетинга

Классификация технологий цифрового маркетинга. Поисковой маркетинг: понятие, преимущества, недостатки, цели применения. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации и продвижения сайта в Интернете. Третированная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности. Медийная

реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности. E-mail маркетинг понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности. Понятие и характеристика экосистемы CRM. Классификация CRM. Маркетинг в социальных сетях (SMM). Сервисы статистики и сервисов автоматического мониторинга сетей. Маркетинг влияния и маркетинг вовлечения: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности. Продвижение с помощью блоггеров и лидеров мнений. Вирусный маркетинг. Геймификация как перспективное направление цифрового маркетинга. Мобильный маркетинг: определение, цели, преимущества и недостатки. Мобильный Директ-маркетинг. WAP-сайты. Messenger-маркетинг

5. Оценка эффективности инструментов цифрового маркетинга

Показатели эффективности Digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Показатели эффективности Интернет-рекламы.

6. Риски в цифровом маркетинге

Виды рисков в цифровом маркетинге. Методы управления рисками в цифровом маркетинге.

5.3. Практическая подготовка

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки						
		Всего	Семестр 1			Семестр ..		
			Лекции	Пр.зан.	Лаб.р.
-	-	-	-	-	-	-	-	-

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Число часов практической подготовки			
			Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб.раб
-	-	-	-	-	-	-

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Очная форма, часы	Очно-заочная форма, часы	Заочная форма, часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1	Современные направления и инструменты развития маркетинга	Рассмотрение российского и зарубежного опыта. Работа с Интернет-ресурсами	12	14	14	Изучить материалы, работать с литературой по проблематике	Устный опрос, решение практических задач, контрольная работа
2	Основы цифрового маркетинга	Проведение анализа продукта и целе-	12	14	14	Изучить материалы, работать с ли-	Устный опрос, решение практи-

		вой аудитории				тературой по проблематике	ческих задач, контрольная работа
3	Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга	Знакомство с различными источниками маркетинговой информации, определение особенностей каждого из них и оценка наиболее подходящего источника для продвижения конкретного вида товаров и услуг	12	14	14	Изучить материалы, работать с литературой по проблематике	Устный опрос, решение практических задач, контрольная работа
4	Современные технологии и инструменты цифрового маркетинга	Изучение кейсов и ответ на вопросы по ним. Формирование стратегии продвижения и известные концепции контент-маркетинга. Создание таргетированной рекламы в социальных сетях	21,75	15,75	16,75	Изучить материалы, работать с литературой по проблематике	Устный опрос, решение практических задач, контрольная работа
5	Оценка эффективности инструментов цифрового маркетинга	Работа с литературой. Определение эффективности рекламы, размещенной в сети Интернет на различных платформах.	20	15	16	Изучить материалы, работать с литературой по проблематике	Устный опрос, решение практических задач, контрольная работа
6	Риски в цифровом маркетинге	Работа с литературой по изучению рисков цифрового маркетинга	16	15	15	Изучить материалы, работать с литературой по проблематике	Устный опрос, решение практических задач, контрольная работа
	Итого		75,75	87,75	89,75		

6.2. Тематика и задания для практических занятий (при наличии)

1. Современные направления и инструменты развития маркетинга

Направления развития маркетинга товаров и услуг. Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики.

2. Основы цифрового маркетинга

Прогноз развития технологий электронной коммерции. Чат -боты: преимущества и недостатки применения, основные типы.

3. Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга

Источники информации и технологии маркетинговых исследований в сети Интернет. Источники маркетинговой информации в сети Интернет. Методы проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.

4. Современные технологии и инструменты цифрового маркетинга

Вирусный маркетинг. Геймификация как перспективное направление цифрового маркетинга. Мобильный маркетинг: определение, цели, преимущества и недостатки. Мобильный Директ-маркетинг. WAP-сайты. Messenger-маркетинг

5. Оценка эффективности инструментов цифрового маркетинга

Показатели эффективности Digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Показатели эффективности Интернет-рекламы.

6. Риски в цифровом маркетинге

Виды рисков в цифровом маркетинге. Методы управления рисками в цифровом маркетинге.

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Не предусмотрены

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов) при наличии

Не предусмотрены

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

№ пп	Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
а) основная:		
1	Маркетинг : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znanium.com]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/18431.-	http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=939196
2	Маркетинг: Учебник / Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-003647-2 -	http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=608883
3	Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 550 с. : табл., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394- 02746-8 ; То же	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722

	[Электронный ресурс]	
4	Маркетинг: Учебник/ Наумов В.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-010921-3	http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=505620
5	Мазилкина, Елена Ивановна. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. / Мазилкина Елена Ивановна. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2015. - 300 с. - ОПД(БЗ). - ISBN 978-5-394-01285-3 : 230.00.	5
б) дополнительная:		
6	Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика : учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 383 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7 ; То же [Электронный ресурс].	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637
7	Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. -	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714
8	Галочкина, Лидия Николаевна. Маркетинг для бакалавров (в схемах и таблицах) : учеб. пособие / Галочкина, Лидия Николаевна, Н. А. Кипень. - Кострома : КГТУ, 2012. - 134 с.: рис. - ОПД. - ISBN 978-5-8285-0633-0 : 18.03.	54
Периодические издания		
9	Интернет-маркетинг	БД МАРС
10	Маркетинг	БД МАРС
11	Маркетинг в России и за рубежом	БД МАРС
12	Маркетинг и маркетинговые исследования	БД МАРС
13	Маркетинговые коммуникации	БД МАРС

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

Информация о курсе дисциплины в СДО:

Элемент «Лекции»

Элемент «Практические занятия»

Элемент «Самостоятельная работа»

Элемент «Список рекомендуемой литературы»

Элемент «Промежуточная аттестация»;

Элемент «Обратная связь с обучающимися».

Информационные ресурсы:

1. Сайт Гильдии маркетологов - <http://www.marketologi.ru>

2. Marketer.ru: Статьи про рекламу, маркетинг, publicrelations, интернет - <http://www.marketer.ru>

3. Институт маркетинговых исследований ГФК-Русь - <https://www.scanner.gfk.ru>

4. Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR «Sostav» - <http://www.sostav.ru>

5. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент» - <http://www.cfin.ru>

6. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга» - <https://www.marketing.spb.ru>

7. Курс «Создание Landing Page» - <https://tilda.education/landing-page-course>

8. Справочный центр Facebook для бизнеса, обучение - <https://www.facebook.com/business/learn>
9. Справочный центр ВКонтакте для бизнеса - <https://vk.com/business>
10. Официальная группа приложения «Конструктор виджетов» во ВКонтакте. Справка, поддержка, обучение - https://vk.com/widgets_constructor_app
11. Поддержка пользователей графического сервиса Canva во ВКонтакте - https://vk.com/ru_canva
12. Официальная группа для пользователей сервиса парсинга ЦА Target Hunter <https://vk.com/targethunter>
13. Справочная система сервиса Яндекс.Метрика - <https://yandex.ru/support/metrica>
14. Справочная система сервиса Яндекс.Директ - <https://yandex.ru/support/direct>
15. Справочная система пользователей Google Рекламы - <https://support.google.com/google-ads>
16. Сервис для проверки текстов Главред <https://glvrd.ru>
17. Социальная сеть ВКонтакте <https://vk.com>
18. Сервис для создания дизайнов Canva - <https://www.canva.com>
19. Онлайн-сервис для парсинга целевой аудитории во ВКонтакте Target Hunter - <https://targethunter.ru>
20. Платформа для создания сайтов Tilda Publishing - <https://tilda.cc/ru>
21. Сервис для подбора ключевых слов и оценки пользовательского интереса к конкретным тематикам рекламодателями Яндекс - <https://wordstat.yandex.ru>
22. Онлайн-сервис проверки текста на уникальность и соответствие SEOпоказателям - <https://text.ru>
23. Сервис для оценки посещаемости веб-сайтов и анализа поведения пользователей Яндекс - <https://metrika.yandex.ru>
24. Система размещения контекстной рекламы Яндекс - <https://direct.yandex.ru>
25. Система размещения контекстной рекламы Google - <https://ads.google.com>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

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

Помещения для проведения лекционных, практических занятий укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами для представления учебной информации студентам.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа

Лекционная аудитория	Персональный компьютер- 1 штука; Монитор-1 штука; мультимедийный проектор- 1 штука; Есть выход в Internet. Количество посадочных мест- 30, рабочее место преподавателя.	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD Справочно-правовые системы Гарант, Консультант + ежегодно обновляемые
Компьютерный класс для практических занятий	Персональный компьютер Pentium-IV (монитор, системный блок, мышь, клавиатура) - 8 шт.	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD Справочно-правовые системы Гарант, Консультант + ежегодно обновляемые
Для самостоятельной работы		
Главный корпус, ауд.119	17 посадочных мест; 6 компьютеров (5 для читателей, 1 для сотрудника); 2 принтера; 1 копировальный аппарат.	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MSOfficeSTD Справочно-правовые системы Гарант, Консультант + ежегодно обновляемые
Корпус Б1 ауд 202	Рабочие места, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КГУ; демонстрационная LCD-панель; принтеры, в т.ч. большеформатный и цветной; сканеры (форматы А2 и А4); web-камеры; микрофоны.	Windows XP по лицензии OEM Software (поставщик ООО «Системный интегратор», договор № 22 ГК от 16.12.2016 г.); АИБС «Марк-SQL» (поставщик НПО «Информ-система», договор № 260420060420 от 26.04.2006 г.); Свободно распространяемое программное обеспечение: LibreOffice (тип лицензии - GNU LGPL v3+).
Главный корпус Ауд 318	Аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы 6 рабочих мест, 2 компьютера	Windows Pro 8.1 ПО Kaspersky Endpoint Security MS Office STD