

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Красноярский государственный аграрный университет»**

Институт Экономики и Управления АПК
Кафедра Менеджмента в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института ЭиУ АПК

Шапорова З.Е.

"20"03. 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Красноярский ГАУ

Пыжикова Н.И.

"24"03. 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровой маркетинг

ФГОС ВО

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(код, наименование)

Направленность (профиль) «Управление бизнесом»

Курс 4

Семестр (ы) 8

Форма обучения очно-заочная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2023

Составители: Колоскова Ю.И., канд.экон.наук, доцент

«17» 03 2023 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и профессиональных стандартов:

№564н от 30.08.2018 Специалист по управлению рисками (08.018)

№409н от 17.06.2019 Специалист по внешнеэкономической деятельности (08.039)

№248н от 17.04.2018 Специалист по процессному управлению (07.007)

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 7 «17» марта 2023г.

Зав. кафедрой Далисовой Н. А., канд. экон. наук

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«17» марта 2023г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Экономики и
Управления АПК протокол № 7 «20» 03 2023 г.

Председатель методической комиссии

Рожкова А.В., ст.преподаватель кафедры менеджмента в АПК

20» 03 2023 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки
(специальности) Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент

20» 03 2023 г

Оглавление

Аннотация	5
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины	6
4.2. Содержание модулей дисциплины.....	7
4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия.....	7
4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия	8
4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний	9
4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....	9
Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний 9	
Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Ошибка! Закладка не определена.
4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы.....	10
Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	10
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	10
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	11
6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9).....	11
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).....	11
6.3. Программное обеспечение.....	11
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	13
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.0
9.1. Методические рекомендации для обучающихся.....	10
9.2. Методические рекомендации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	10
Изменения	171

Аннотация

Дисциплина «Цифровой маркетинг» является дисциплиной по выбору, части формируемой участниками образовательных отношений, для подготовки обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление малым бизнесом». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Менеджмента в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций: (ПК-5).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, направленных на формирование у слушателей целостного представления, развитие теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области цифрового маркетинга.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, опроса, кейсов, практических заданий и промежуточный контроль в форме зачета.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные 18 часов, практические 18 часов, самостоятельная работа студента (72 часа).

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Цифровой маркетинг» включена в ОПОП, в части формируемой участниками образовательных отношений. В рамках освоения дисциплины «Цифровой маркетинг» обучающиеся изучают следующие разделы:

1. Основы цифрового маркетинга.
2. Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущего и промежуточных контролей, промежуточной аттестации в виде зачета.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью курса «Цифровой маркетинг» является: является формирование у слушателей целостного представления, развитие теоретико-методологических знаний и закрепление профессиональных навыков в области цифрового маркетинга.

Задачи дисциплины:

- получение представления о сущности, целях и принципах цифрового маркетинга в России и зарубежом;
- получение знаний и развитие навыков по работе с информацией в целях развития бизнеса;
- получение представления об основных инструментах цифрового маркетинга в современной цифровой среде;
- формирования практических навыков использования методов контекстного маркетинга, блоггинга.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код, наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижений компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-5 Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.	ПК-5.ИД-5 Способен применять различные методы анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	Знать: - основные виды маркетинговых коммуникаций, их взаимосвязь, тенденции развития коммерческого и социального маркетинга Уметь: - выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет; Владеть: - навыками критического осмысления возможности применения современных технологий маркетинговой деятельности.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам
			№6
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108	108
Контактная работа	1	36	36
в том числе:			
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		18	18/6
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме		18	18/6
Самостоятельная работа (СРС)	2	72	72
в том числе:			
самостоятельное изучение тем и разделов		45	45
самоподготовка к текущему контролю знаний		18	18
подготовка и сдача зачета		9	9
Вид контроля:			зачет

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	
1	Основы цифрового маркетинга	46	8	8	30	опрос, задания, кейс
2	Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга	62	10	10	42	
	Итого	108	18	18	72	Зачет

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Основы цифрового маркетинга

Модульная единица 1 Сущность и основные определения цифрового маркетинга. Интернет-маркетинг и электронный бизнес

Модульная единица 2 Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет. Особенности цифрового маркетинга. Клиентоориентированный маркетинг как основа Digital-маркетинга.

Модуль 2 Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга.

Модульная единица 1 Интернет -ресурсы как инструменты маркетинговой деятельности .

Модульная единица 2 Сущность и преимущества маркетинговых исследований в сети Интернет

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Основы цифрового маркетинга		коллоквиум	8/2
	Модульная единица 1 Сущность и основные	Лекция 1 - Интернет маркетинг в современных условиях (лекция-беседа)	опрос	2/1

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	определения цифрового маркетинга. Интернет-маркетинг и электронный бизнес	Лекция 2 - Статистика и аналитика в интернет-маркетинге (лекция-беседа)	опрос	2/1
	Модульная единица 2 Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет.	Лекция 1 – Организация работ по привлечению трафика на площадке и конверсии его в целевые действия в интернет-маркетинге.	опрос	2
		Лекция 2 – Клиентоориентированный маркетинг как основа Digital-маркетинга	опрос	2
2.	Модуль 2 Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга.		коллоквиум	10/4
	Модульная единица 1 Интернет -ресурсы как инструменты маркетинговой деятельности.	Лекция 1 – Организация процессов продвижения продукта в интернет-маркетинге	опрос	2
		Лекция 2 – Проведение работ по внутренней оптимизации сайта согласно требованиям поисковых систем	опрос	4\2
	Модульная единица 2 Сущность и преимущества маркетинговых исследований в сети Интернет	Лекция 1 – Уникальность и сфера применения качественных методов анализа.	опрос	2
		Лекция 2 – Взаимосвязь качественных маркетинговых исследований и качественного маркетингового анализа.	опрос	2
	Итого		Зачет	18/6

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1 Основы цифрового маркетинга		кейс, тестирование	8/2
	Модульная единица 1 Сущность и основные определения цифрового маркетинга. Интернет-маркетинг и электронный бизнес	Занятие № 1. Интернет маркетинг в современных условиях	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Статистика и аналитика в интернет-маркетинге	Практическое задание	2

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Модульная единица 2 Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет.	Занятие № 1. Организация работ по привлечению трафика на площадке и конверсии его в целевые действия в интернет-маркетинге.	Практическое задание	2/1
		Занятие № 2. Клиентоориентированный маркетинг как основа Digital-маркетинга	Практическое задание	2/1
2.	Модуль 2 Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга.		кейс, тестирование	10/4
	Модульная единица 1 Интернет -ресурсы как инструменты маркетинговой деятельности.	Занятие №1 Организация процессов продвижения продукта в интернет-маркетинге	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Проведение работ по внутренней оптимизации сайта согласно требованиям поисковых систем	Практическое задание	2/2
	Модульная единица 2 Сущность и преимущества маркетинговых исследований в сети Интернет	Занятие №1 Уникальность и сфера применения качественных методов анализа..	Практическое задание	4/2
		Занятие №2. Взаимосвязь качественных маркетинговых исследований и качественного маркетингового анализа	Практическое задание	2
	Итого		Зачет	18/6

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
Модуль 1 Основы цифрового маркетинга			23

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
1	Модульная единица 1 Сущность и основные определения цифрового маркетинга. Интернет-маркетинг и электронный бизнес	Ценовые модели размещения рекламы (CPM, CPA и т.д.). Конверсия и ROI интернет-рекламы. Пост-клик маркетинг. Методы оптимизации конверсии. Сплит-тесты (А/Б тестирование). Механизмы отслеживания эффективности рекламы. Медийная реклама. Рынок интернет-рекламы: объемы и сегментация. Применимость различных методов рекламы. Баннеры (виды, типы размещений, технологии).	10
2	Модульная единица 2 Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта. Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика.	13
Модуль 2 Сущность, характеристика и классификация информационного обеспечения цифрового маркетинга.			22
3	Модульная единица 1 Интернет -ресурсы как инструменты маркетинговой деятельности	Поисковое продвижение сайта (SEO) Преимущества поискового продвижения сайта». Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтовАнализ спроса в сети Интернет. Web-аналитика». Стратегическое планирование кампании и оценка трафика	10
4	Модульная единица 2 Сущность и преимущества маркетинговых исследований в сети Интернет	Методы и особенности составления аналитического отчета мероприятий Интернет маркетинга. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества	12
подготовка к текущему контролю знаний			18
подготовка к зачету			9
ВСЕГО			72

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы

Не предусмотрено учебным планом

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-5 Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.	M1 М.ед.1 М.ед.2 M2 М.ед.1 М.ед.2	M1 М.ед.1 М.ед.2 M2 М.ед.1 М.ед.2	M1 М.ед.1 М.ед.2 M2 М.ед.1 М.ед.2		Опрос, Практические ситуации, зачет

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

- Электронная- библиотечная система «Лань» e.lanbook.com
- Электронная библиотечная система «Юрайт» www.biblio-online.ru/
- Электронная библиотечная система «AgriLib» <http://ebs.rgazu.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU elibrary.ru

Информационные справочные системы:

- Справочно-правовая система КонсультантПлюс
- Информационно – аналитическая система «Статистика»

6.3. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

2. Офисный пакет приложений MicrosoftOffice (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

3. Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; AcrobatProfessional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

4. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

5. Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

Таблица 9

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Менеджмента в АПК Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление бизнесом»
 Дисциплина «Цифровой маркетинг»

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
	<i>Основная литература</i>									
Лекции, практические занятия	Интернет-маркетинг	О. Н. Жильцова	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/book/489043
Лекции, практические занятия	Интернет-маркетинг	С.В. Карпова	Юрайт	2022		+				
Лекции, практические занятия	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-v-2-ch-chast-1-490013

Директор библиотеки

Р.А. Зорина

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация обучающихся производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- опрос;
- выполнение практических ситуаций;
- кейсы.

Рейтинг – план дисциплины «Цифровой маркетинг»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	46	40
2	Модуль № 2	62	40
	Зачет		20
	Итого	108	100

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ					Итого
		Ситуационные задания	Опрос	Тестирование	кейс	Зачет	
1	Модуль № 1	10	10	10	10	-	40
2	Модуль № 2	10	10	10	10	-	40
	Зачет	-	-	-	-	20	20
	Итого	20	20	20	20	20	100

Промежуточный контроль (зачет)

Промежуточный контроль по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю обучающийся должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Цифровой маркетинг» (10 тест-заданий в одном варианте).

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 85-100% тестирующих материалов (1-2 ошибки), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 70-85% тестирующих материалов (3 ошибки), получает - 18 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-70% (4 ошибки) тестирующих материалов, получает - 16 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы на менее чем 60% тестирующих материалов, не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и принимается решение по следующим критериям:

До 65 – не зачтено

65 - 100- зачтено.

Обучающимся, не сдавшим зачет или не явившимся для сдачи зачета в установленный срок, предоставляется возможность пройти повторную промежуточную аттестацию в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/new/news/news/grafik_lz.pdf.

Вопросы к зачету

1. Перепозиционирование товара.
2. Сущность интернет-маркетинга.
3. Интернет-рынок.
4. Концепция интернет-маркетинга.
5. Бизнес-модели сайтов.
6. Маркетинговые исследования с использованием интернет-технологий.
7. Кабинетные (вторичные) маркетинговые исследования.
8. Использование интернет-технологий при проведении кабинетных (вторичных) маркетинговых исследований.
9. Источники вторичных маркетинговых исследований.
10. Полевые (первичные) маркетинговые исследования.
11. Использование интернет-технологий при проведении полевых (первичных) маркетинговых исследований.
12. Методы полевых исследований.
13. Проведение опроса на основе использования интернет-технологий.
14. Эксперименты и наблюдения.
15. Тестирование методов сбора информации.
16. Рынок. Сегментация рынка.
17. Рыночное окно. Рыночная ниша.
18. Социальные сети.
19. Роль социальных сетей в маркетинговых исследованиях.
20. Фокус-группа.
21. Товарная политика фирмы.
22. Товарная политика фирмы для интернет-рынка.
23. Ценовая политика фирмы для интернет-рынка.
24. Каналы распределения товаров (услуг) в Интернете.
25. Интернет-биржа.
26. Интернет-аукцион.
27. Электронные площадки (каталоги товаров).
28. Интернет-магазин.
29. Комплекс коммуникационной политики.
30. Преимущества и недостатки интернет-рекламы.
31. Носители интернет-рекламы.
32. Контекстная интернет-реклама.
33. Сервисы размещения интернет-рекламы в поисковых системах и на тематических сайтах. Этапы проведения рекламной кампании.
34. Коммуникативные показатели оценки результативности интернет-рекламы.
35. Экономические показатели оценки результативности интернет-рекламы.
36. SEO.
37. Показатель CTR.

38. Методы стимулирования продаж.
39. Интернет-проект.
40. Виды затрат на интернет-проект.
41. Оценка эффективности функционирования интернет-проекта.
42. Особенности оценки интернет-проектов.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 4-03 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой, 44 И). Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук AcerAspire 5, переносной экран на треноге MediumProfessional, переносной проектор EpsonEB.

Помещение для самостоятельной работы 3-13 (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И») мебелью, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора IntelCeleron в комплектации с мониторами Samsung, LG, Aser, Viewsonic и др. внешними периферийными устройствами, Приспособлено частично

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно –групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение семестра: для обучающихся – 5 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Обучающиеся перед преподаванием дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач;
- кейсов;
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1 размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2 присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3 выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья слуху:
 - 2.1 надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1 возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	в форме электронного документа;
С нарушением зрения	в форме электронного документа
С нарушением опорно-двигательного аппарата	в форме электронного документа;

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработал:

Колоскова Ю.И., канд.экон.наук. доцент

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по дисциплине
«ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ»
по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль «Управление бизнесом»

Представленная на рецензию рабочая программа оформлена с соблюдением предъявленных требований к оформлению рабочих программ. Наполнение материалом и содержательная сторона рабочей программе в полной мере соответствует заявленным областям профессиональной деятельности и профессиональному стандарту.

Дисциплина "Цифровой маркетинг" является элементом части, формируемой участниками образовательных отношений по подготовке обучающихся по направлению 38.03.02 "Менеджмент".

Предложенные в программе перечень тем лекций и их содержание позволяют получить необходимые теоретические знания в области цифрового маркетинга.

Программа проведения практических занятий, предложенные в ней образовательные технологии, позволяют достичь заявленной цели, а также сформировать необходимые компетенции у студентов и подготовить их к изучению учебных курсов, опирающихся на дисциплину.

Предложенная в программе система контрольных процедур и средства их обеспечения позволяют оценить степень освоения обучающимся материала дисциплины и качество сформированных компетенций.

Анализ учебно-методического и информационного обеспечения, заявленного в рабочей программе, в полной мере способствует развитию и закреплению полученного материала в рамках контактной работы.

Считаю, что представленная на рецензию рабочая программа полностью удовлетворяет требованиям и может быть использована для подготовки обучающихся по дисциплине "Цифровой маркетинг" по направлению 38.03.02 "Менеджмент".

Рецензент:
Директор
ООО «КРЕСТЬЯНЕ»
канд. экон. наук



54 -

Т.А. Мартынова