

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--



УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель

(подпись) /Н.С. Сафронов/

Зам.кафедрой дисциплины
культуры и искусства
Е.Л.Сидланьева (по доверенности)
№ 218/09 от 29.01.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Цифровой маркетинг
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4 - очная форма обучения; 4 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	КАФЕДРА	Должность, ученая степень, звание
Андреева Юлия Витальевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат психологических наук

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

формирование знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности

Задачи освоения дисциплины:

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет
- изучение инструментов и форматов продвижения в сети Интернет;
- анализ основных рекламных интернет-площадок;
- изучение существующих методов реализации рекламных и PR-интернет- проектов;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Цифровой маркетинг» относится к числу дисциплин блока Б1.О.1, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: УК-2, ОПК-6, ПК-2, ПК-3.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Преддипломная практика, Интернациональная и национальная реклама, PR в сфере культуры, Продвижение СМИ, Продвижение информационных продуктов и услуг, Планирование PR-кампаний, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы маркетинга, Проектная деятельность, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Социальное предпринимательство, Основы предпринимательского права, Основы проектного управления, Планирование рекламных кампаний, Основы интегрированных коммуникаций, Основы менеджмента, Профессионально-творческая практика, Современная массовая культура и медиа, Креативные технологии в рекламе, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Конструирование рекламы, Социальная реклама, Коммуникации в политических процессах и институтах, Управление общественным мнением, Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе, Основы брендинга, Дизайн в рекламе, Организация рекламных и PR-мероприятий, Основы продвижения коммуникационного продукта.



3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>знать: виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. Знать действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.</p> <p>уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; уметь использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>владеть: методиками разработки цели и задач проекта, методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией</p>
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>знать: принципы применения маркетинговых методов и моделей цифрового продвижения для решения вопросов прикладного характера гуманитарных наук; различные способы использования возможностей компьютерной техники и мобильных устройств для сбора, обработки и анализа данных, в т.ч. цифровых; знать методы и инструменты накопления, передачи и обработки информации из различных источников; методы создания резервных копий, архивов данных и программное обеспечение, принципы работы локальных и глобальных компьютерных сетей; методы управления коммуникациями с использованием прикладного программного обеспечения</p> <p>уметь: использовать освоенные цифровые методы и модели при решении профессиональных задач, применять для этого информационные технологии и средства компьютерной техники; работать с программными средствами общего назначения для поиска, обработки, анализа и хранения информации, использовать современные технические инструменты и информационно-коммуникационные технологии как средство управления информацией</p> <p>владеть: применением всего арсенала изученных технических средств, информационно-коммуникационных технологий, цифровых методов для управления информацией, её представления в различных форматах с использованием информационных компьютерных и сетевых технологий; защитой информации при работе с компьютерными системами, включая приемы антивирусной защиты с помощью технических и программных средств.</p>

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-3 Способен организовывать продвижение продукции СМИ	<p>знать: виды и особенности планирования и организации своей деятельности и деятельности СМИ при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <p>уметь: планировать и реализовывать коммуникационные кампании по связям с общественностью и с рекламными целями; уметь выделять критерии оценки качественного коммуникационного продукта и эффективного коммуникативного события;</p> <p>владеть: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных программ и мероприятий в т.ч. в цифровой среде;</p>
ПК-2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов	<p>знать: - виды и особенности планирования и организации своей деятельности и деятельности организации при подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; - особенности планирования коммуникационных кампаний в связях с общественностью и с рекламными целями; - критерии оценки качественного коммуникативного продукта и эффективного коммуникативного события</p> <p>уметь: - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов и реализации коммуникационных программ и мероприятий; - ставить цели и задачи коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами; выбирать для проведения коммуникационных кампаний наиболее эффективные виды мероприятий в зависимости от поставленных стратегических целей;</p> <p>владеть: - навыками и методами планирования и организации коммуникационных программ и мероприятий, направленных на продвижение продуктов; - прикладными методами проведения маркетинговых исследований; технологиями тактического планирования в рекламной и PR- деятельности</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 5 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 180 часов

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		7	8
1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	64	36	28
Аудиторные занятия:	64	36	28
Лекции	18	18	-
Семинары и практические занятия	46	18	28
Лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа	80	36	44
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	
Курсовая работа	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	, Экзамен (36)		Экзамен
Всего часов по дисциплине	180	72	108

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		8	9
1	2	3	4
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	20	10	10
Аудиторные занятия:	20	10	10
Лекции	8	4	4
Семинары и практические занятия	12	6	6

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)		
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам	
		8	9
1	2	3	4
Лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа	151	98	53
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	
Курсовая работа	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	, Экзамен (9)		Экзамен
Всего часов по дисциплине	180	108	72

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. 1							
Тема 1.1. Обзор инструментов цифрового маркетинга	22	4	6	0	4	12	Тестирование
Тема 1.2. Разработка стратегии цифрового маркетинга	20	2	6	0	2	12	Тестирование
Тема 1.3.	20	2	8	0	2	10	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Создание и оптимизация сайта							ние, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.4. Маркетинг в социальных сетях	22	4	6	0	4	12	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.5. Digital-реклама	20	2	8	0	2	10	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.6. E-mail маркетинг	20	2	6	0	2	12	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	20	2	6	0	4	12	Тестирование
Итого подлежит изучению	144	18	46	0	20	80	

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. 1							
Тема 1.1. Обзор инструментов цифрового маркетинга	26	2	2	0	0	22	Тестирование
Тема 1.2. Разработка стратегии цифрового маркетинга	26	2	2	0	2	22	Тестирование
Тема 1.3. Создание и оптимизация сайта	23	2	0	0	0	21	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.4. Маркетинг в социальных сетях	24	2	2	0	0	20	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.5. Digital-реклама	24	0	2	0	0	22	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.6. E-mail маркетинг	24	0	2	0	0	22	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.7. Веб-аналитика	24	0	2	0	0	22	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
и анализ эффективности и рекламных кампаний							
Итого подлежит изучению	171	8	12	0	2	151	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. 1

Тема 1.1. Обзор инструментов цифрового маркетинга

Основы, цели и задачи Digital маркетинга. Сравнительный обзор инструментов Digital маркетинга: поисковая оптимизация (SEO), поисковый маркетинг (SEM), контент-маркетинг, маркетинг влияния (influencer marketing), автоматизация создания контента, маркетинг в электронной коммерции, маркетинг социальных медиа (SMM), прямые рассылки, контекстная реклама, реклама в электронных книгах, программах, играх и других формах цифровой продукции. Партнерский маркетинг, коллаборации

Тема 1.2. Разработка стратегии цифрового маркетинга

Лидогенерация как направление в Digital маркетинга. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. Конверсионное трение. Особенности работы партнерских программ. Принципы арбитража трафика. Методика повышения качества лидов

Тема 1.3. Создание и оптимизация сайта

Виды сайтов. Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. ИТ инфраструктура для создания сайта Разработка семантического ядра. SEO.

Тема 1.4. Маркетинг в социальных сетях

Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика. Тренды SMM. Методы SMM. Основные требования к SMM-специалисту

Тема 1.5. Digital-реклама

Медиапланирование и принципы подбора площадок. Аффинитивность и способы определения соответствия целевой аудитории. Принципы закупки медийной рекламы. Разработка рекламных материалов. Виды баннеров. Нестандартные размещения. Этапы разработки креатива. Особенности использования систем контекстной рекламы. Виды систем. Подбор ключевых фраз и оценка спроса с помощью инструментов Wordstat Яндекс и Google Trends. Минус слова. Виды фразовых соответствий. Особенности создания рекламных кампаний с таргетированием на поиск и рекламную сеть. Создание структуры рекламной кампании.

Тема 1.6. E-mail маркетинг

Создание и сегментация базы контактов; составление продающего текста письма; A/B тестирование писем; подготовка контента для рассылок в зависимости от их типа; автоматизация рассылки в зависимости от правил; анализ результатов рассылки. Технология осуществления рассылки Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail маркетинга. Маркетинговая эффективность массовых рассылок. Спам и email маркетинг. Почтовые сервисы

Тема 1.7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний

Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Яндекс Метрика. Метрики контент-маркетинга, показатели эффективности SMM маркетинга, E-mail маркетинга. Метрики посадочных страниц, анализ SERM и ORM.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1.1. Обзор инструментов цифрового маркетинга

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы для подготовки: 1. Сущность лендинга. Виды и методы создания.

2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). 3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. 4. Модели поведения посетителей сайтов. 5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька). 6. Службы Интернет и их характеристика

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Заочная форма

1. Сущность лэндинга. Виды и методы создания.
2. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). 3. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. 4. Модели поведения посетителей сайтов. 5. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька). 6. Службы Интернет и их характеристика.

Тема 2.2. Разработка стратегии цифрового маркетинга

Вопросы к теме:

Очная форма

1. Понятие и преимущества лидогенерации. Основные понятия. 2. Виды лидов 3. Лидогенерация как бизнес-процесс 4. Методы лидогенерации. 5. Маркетинговое обеспечение лидогенерации

Заочная форма

1. Понятие и преимущества лидогенерации. Основные понятия. 2. Виды лидов 3. Лидогенерация как бизнес-процесс 4. Методы лидогенерации. 5. Маркетинговое обеспечение лидогенерации

Тема 3.3. Создание и оптимизация сайта

Вопросы к теме:

Очная форма

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Используя платформу WordPress создать многостраничный сайт. 2. Разработать семантическое ядро и контент.

Тема 4.4. Маркетинг в социальных сетях

Вопросы к теме:

Очная форма

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Зарегистрироваться в одной из социальных сетей. 2. Создать сообщество. Подготовить контент. 3. Разработать стратегию продвижения группы. 4. Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Telegram, Google Hangouts) 5. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Заочная форма

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Зарегистрироваться в одной из социальных сетей. 2. Создать сообщество. Подготовить контент. 3. Разработать стратегию продвижения группы. 4. Разработать рекламную или PR кампанию по продвижения товаров и услуг с использованием мессенджеров (WhatsApp, Viber, Telegram, Google Hangouts) 5. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

Тема 5.5. Digital-реклама

Вопросы к теме:

Очная форма

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание: 1. Ознакомиться с возможностями системы контекстной рекламы Яндекс.Директ 2. Разработать стратегию проведения рекламной кампании в ней. 3. Результаты представить в виде презентации в Power Point

Заочная форма

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание: 1. Ознакомиться с возможностями систем контекстной рекламы Яндекс.Директ 2. Разработать стратегию проведения рекламной кампании в ней. 3. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

Тема 6.6. E-mail маркетинг

Вопросы к теме:

Очная форма

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:


1. Разработать информационное письмо для проведения научной конференции, выставки или другого событийного мероприятия. 2. Осуществить рассылку. 3. Этапы работы оформить в виде презентации в Power Point

Заочная форма

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

1. Разработать информационное письмо для проведения научной конференции, выставки или другого событийного мероприятия. 2. Осуществить рассылку. 3. Этапы работы оформить в виде презентации в Power Point.

Тема 7.7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к контрольной работе: 1.Медийная реклама. 2.Контекстная реклама. 3.Поисковая реклама. 4.Геоконтекстная реклама. 5.Вирусная реклама. 6.Продукт-

плейсмент (в онлайн-играх). 7. Реклама в блогах. 8.Интерстильная реклама. 9.Этапы работы над контекстной рекламной кампанией. 10. Оценка эффективности баннерной рекламы. 11. Эффективность мероприятий Интернет маркетинга.

Заочная форма

Контрольная работа. Вопросы к контрольной работе: 1.Медийная реклама. 2.Контекстная реклама. 3.Поисковая реклама. 4.Геоконтекстная реклама. 5.Вирусная реклама. 6.Продукт-плейсмент (в онлайн-играх). 7. Реклама в блогах. 8.Интерстильная реклама. 9.Этапы работы над контекстной рекламной кампанией. 10. Оценка эффективности баннерной рекламы. 11. Эффективность мероприятий Интернет маркетинга.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. История развития сети Интернет.
2. Концепция построения сети Интернет.
3. Сервисы сети Интернет.
4. Модели классического маркетинга и их трансформация в цифровой среде.
5. Ресурсы для веб-аналитики.
6. Технологии Интернета в маркетинге.
7. Маркетинговые исследования в сети Интернет.
8. E-mail маркетинг.
9. Технология осуществления рассылки.
10. Результат автоматизированных серий писем.
11. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге.
12. Экономическая эффективность массовых рассылок

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

13. Модели поведения посетителей сайтов
14. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.
15. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
16. Методы лидогенерации.
17. Факторы успеха лидогенерации.
18. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
19. Создание и регистрация сайта.
20. Разработка SEO-friendly сайта.
21. Требования к Интернет-магазину.
22. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
23. Внутренняя оптимизация сайта.
24. Сайты и порталы: структура, состав, отличия
25. SMM. Методы и стратегии.
26. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете.
27. Особенности метрик в социальных сетях
28. Особенности продвижения в социальных сетях.
29. Партнерский маркетинг.
30. Партнерские программы, виды, поиск, управление
31. Виды интернет-рекламы.
32. Сервисы контекстной рекламы.
33. Анализ эффективности контекстной рекламы.
34. Медиапланирование в Интернет.
35. Критерии выбора рекламных носителей
36. Оценка эффективности рекламной кампании в сети Интернет.
37. Тенденции современного E-mail маркетинга.
38. Реализация PR-кампаний в Интернет
39. Модели электронного бизнеса и их характеристика.
40. Аналитика пользовательского опыта
41. Технология работы с платежными системами
42. Работа с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька
43. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
44. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
45. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.
46. PR в интернет.
47. Сущность и функции браузера.
48. Сравнение популярных браузеров.
49. Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.
50. Развитие сферы услуг в Интернет.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ


Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ

(протокол №8/268 от 26.03.2019г.).

По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. 1			
Тема 1.1. Обзор инструментов цифрового маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.2. Разработка стратегии цифрового маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.3. Создание и оптимизация сайта	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.4. Маркетинг в социальных сетях	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.5. Digital-реклама	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.6. E-mail маркетинг	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Вопросы к экзамену, Тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. 1			
Тема 1.1. Обзор инструментов цифрового маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	22	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.2. Разработка стратегии цифрового маркетинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	22	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.3. Создание и оптимизация сайта	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	21	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.4. Маркетинг в социальных сетях	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	20	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.5. Digital-реклама	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	22	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.6. E-mail маркетинг	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	22	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	22	Вопросы к экзамену, Тестирование

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

ОСНОВНАЯ

1. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И. Д. Хуссейн. - Москва : Юрайт, 2024. - 68 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/544594> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-15010-0 : 289.00. / .— ISBN 0_521458
2. Милинчук Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие / Е. С. Милинчук. - Москва : Юрайт, 2024. - 216 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/533003> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-17395-6 : 759.00. / .— ISBN 0_531270
3. Интернет-маркетинг : учебник / О. Н. Жильцова, О. А. Артемьева, Д. А. Жильцов [и др.]. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 335 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/535942> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-15098-8 : 1369.00. / .— ISBN 0_529191
4. Акулич М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич ; Акулич М.В. - Москва : Дашков и К, 2016. - 352 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394024740.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-394-02474-0. / .— ISBN 0_242612

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

1. Вердиян В. Секреты успешного интернет-маркетинга. Руководство для тех, кто мечтает вывести свой бизнес на новый уровень : практическое руководство / В. Вердиян ; Вердиян В. - Москва : Книжный мир, 2011. - 160 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785804105403.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-8041-0540-3. / .— ISBN 0_236544
2. Катаев А.В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева, И.А. Названова ; Катаев А.В.; Катаева Т.М.; Названова И.А. - Москва : ЮФУ, 2020. - 161 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927534371.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9275-3437-1. / .— ISBN 0_259312
3. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей : учебное пособие / О.И. Крохина, М.Н. Полосина, А.В. Рубель [и др.] ; О.И. Крохина; М.Н. Полосина; А.В. Рубель; О.И. Сахно; Е.В. Селин; М.С. Ханина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2012. - 216 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972900473.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9729-0047-3. / .— ISBN 0_245991
4. Завьялова Даша. 487 хаков для интернет-маркетологов : Как получить еще больше трафика и продаж : Практическое пособие / Д. Завьялова. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2023. - 432 с. - Профессиональное образование. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=442656>. - <https://znanium.ru/cover/2141/2141003.jpg>. - Режим доступа: ЭБС «Znanium.com»; по подписке. - ISBN 978-5-9614-7739-9. / .— ISBN 0_542821

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

учебно-методическая

1. Андреева Ю. В. Цифровой маркетинг : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 295 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_41628.

б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

«Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик	Доцент Кандидат психологических наук	Андреева Юлия Витальевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО