

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Юридический факультет
Кафедра Международного права и международных связей

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Юридический факультет

Макаров Андрей
Владимирович

«___» _____ 20___
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.04.01 Цифровой маркетинг
на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 38.04.01 - Экономика

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
«___» _____ 20___ г. №___

Профиль – Международная торговля (для набора 2024)
Форма обучения: Очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Познакомить студентов магистратуры с основными концепциями и инструментами цифрового маркетинга и развить навыки планирования, создания и оптимизации цифровых маркетинговых кампаний.

Задачи изучения дисциплины:

1. Ознакомление с основными понятиями и терминологией цифрового маркетинга.
2. Изучение особенностей цифровых каналов маркетинга (социальные сети, поисковая оптимизация, контент-маркетинг и др.).
3. Анализ цифровых трендов и инноваций в области цифрового маркетинга
4. Изучение основных инструментов аналитики и мониторинга в цифровом маркетинге
5. Развитие критического мышления и аналитических навыков в области цифрового маркетинга.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Цифровой маркетинг» входит в перечень дисциплин по выбору. Дисциплина предусматривает получение знаний, необходимых для освоения таких дисциплин как «Основы предпринимательской деятельности», «Международная торговля услугами» и др. Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Виды занятий	Семестр 3	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	34	34
Лекционные (ЛК)	17	17
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	17	17
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	74	74
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0

Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		
--	--	--

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

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-1	1. Студент способен анализировать макроэкономические условия и понимает их влияние на цифровой маркетинг	<p>Знать: Студент должен знать основные показатели макроэкономической ситуации и их влияние на рынок цифрового маркетинга.</p> <p>Уметь: Студент должен уметь проводить анализ макроэкономических данных и прогнозировать их влияние на стратегию цифрового маркетинга.</p> <p>Владеть: Студент должен владеть методами и инструментами анализа макроэкономических данных и уметь применять их для разработки стратегии цифрового маркетинга.</p>
ОПК-1	2. Студент способен применять экономическую теорию при анализе цифровых маркетинговых стратегий и тактик.	<p>Знать: Студент должен знать основные экономические концепции и теории, применимые к цифровому маркетингу.</p> <p>Уметь: Студент должен уметь анализировать и оценивать эффективность цифровых маркетинговых стратегий и тактик с помощью экономических инструментов и моделей.</p> <p>Владеть: Студент должен владеть навыками применения экономической теории для</p>

		<p>принятия рациональных решений в цифровом маркетинге.</p>
ОПК-1	<p>3. Студент способен проводить экономический анализ при принятии решений в области цифрового маркетинга.</p>	<p>Знать: Студент должен знать методы проведения экономического анализа и оценки эффективности в цифровом маркетинге.</p> <p>Уметь: Студент должен уметь применять экономический анализ для определения наилучших стратегических и тактических решений в цифровом маркетинге.</p> <p>Владеть: Студент должен владеть навыками проведения экономического анализа и применения соответствующих инструментов и методов для принятия оптимальных решений в сфере цифрового маркетинга.</p>
ПК-1	<p>1. Умение проводить самостоятельные исследования в области цифрового маркетинга, соответствующие разработанной программе исследования.</p>	<p>Знать: основные источники данных в области цифрового маркетинга, методы сбора и анализа данных</p> <p>Уметь: собирать и анализировать данные, использовать соответствующие методы исследования</p> <p>Владеть: навыками интерпретации полученных результатов, критическим мышлением и оценкой достоверности результатов исследования</p>
ПК-1	<p>2. Способность разрабатывать исследовательскую программу в области цифрового маркетинга, ориентированную на перспективные направления международной торговли.</p>	<p>Знать: основные методы исследования в области цифрового маркетинга, теоретические основы международной торговли</p> <p>Уметь: определить цели и задачи исследования, разработать план исследования</p> <p>Владеть: способностью формулировать гипотезы,</p>

		выделять ключевые факторы для изучения, создавать структурированный план исследования
ПК-1	3. Оформление и представление результатов научно-исследовательской работы по теме цифрового маркетинга, согласно требованиям и научному стандарту.	<p>Знать: правила структурирования и оформления научно-исследовательской работы, требования научного стандарта при оформлении результатов исследования</p> <p>Уметь: подготавливать научно-исследовательскую работу в соответствии с требованиями, использовать соответствующие научные методы и инструменты для оформления результатов исследования</p> <p>Владеть: навыками написания научных текстов, использованием цитирования и приведения ссылок, оформление таблиц и графиков</p>
ПК-3	1. Умение анализировать глобальные тенденции развития международной торговли.	<p>Знать: Основные факторы, влияющие на международную торговлю, такие как экономические, политические и социокультурные аспекты.</p> <p>Уметь: Исследовать источники информации о глобальных трендах развития торговли, используя различные методы анализа данных.</p> <p>Владеть: Навыками построения графиков и диаграмм для визуализации результатов исследования тенденций международной торговли.</p>
ПК-3	2. Умение оценивать состояние мировых товарных рынков и рынков услуг.	<p>Знать: Основные принципы функционирования товарных рынков и рынков услуг, включая основные этапы жизненного цикла продукта.</p> <p>Уметь: Оценивать спрос и</p>

		<p>предложение на товарном и услуговом рынках, анализировать конкурентную среду и определять потенциальные возможности для развития бизнеса.</p> <p>Владеть: Навыками проведения маркетинговых исследований для оценки текущего состояния рынка и прогнозирования его развития.</p>
ПК-3	3. Умение анализировать состояние мировых финансовых рынков.	<p>Знать: Основные принципы функционирования финансовых рынков, включая анализ фондовых и валютных рынков.</p> <p>Уметь: Анализировать переменные, влияющие на состояние финансовых рынков, такие как инфляция, процентные ставки и политические события.</p> <p>Владеть: Навыками прогнозирования и планирования финансовых рынков, а также умением использовать соответствующие финансовые инструменты для минимизации рисков и максимизации прибыли.</p>

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1			0	0	0	0	0
	1.2	Семестр 3	Темы	108	17	17	0	74
Итого				108	17	17	0	74

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.2	1. Введение в цифровой маркетинг	Определение цифрового маркетинга, его основные принципы и инструменты.	2
	1.2	SEO и контент-маркетинг	Основы поисковой оптимизации и создание качественного контента для привлечения целевой аудитории.	2
	1.2	3. Реклама в интернете	Размещение рекламы на различных платформах, использование таргетинга и анализ эффективности рекламных кампаний.	2
	1.2	4. Социальные медиа и влияние	Использование социальных медиа для продвижения бренда, формирование лояльности клиентов и измерение влияния.	2
	1.2	5. Email-маркетинг и автоматизация	Создание эффективных email-рассылок, внедрение автоматизации и анализ результатов.	2
	1.2	6. Аналитика и метрики в цифровом маркетинге	Использование инструментов аналитики для измерения результатов маркетинговых кампаний и оптимизации стратегии.	2
	1.2	7. Видеомаркетинг и стриминг	Продвижение бренда через видео-контент, стриминг и влияние видео на поведение потребителей.	2
	1.2	8. Интернет-предпринимательство и создание стартапов	Основы создания и продвижения стартапов в сфере цифрового маркетинга, финансовые и регуляторные аспекты.	3

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.2	1. Создание контент-плана	Практическое задание по разработке плана для создания контента и	2

		и SEO-оптимизация статьи	оптимизации статьи для поисковых систем.	
	1.2	2. Создание рекламной кампании на VK, Weibo	Практическое задание по созданию рекламной кампании на VK, настройке таргетинга и анализу ее эффективности.	2
	1.2	3. Анализ и оптимизация электронной рассылки	Практическое задание по анализу результатов email-рассылок и оптимизации их эффективности.	2
	1.2	4. Составление и анализ отчетности в Google Analytics	Практическое задание по составлению отчетов в Google Analytics и анализу данных для оптимизации маркетинговой стратегии.	2
	1.2	5. Создание видеоролика для YouTube, VK	Практическое задание по созданию видеоролика для YouTube, его оптимизации и анализу влияния на целевую аудиторию.	2
	1.2	6. Проведение аудита сайта и оптимизация UX	Практическое задание по проведению аудита сайта с точки зрения пользовательского опыта и оптимизации его интерфейса.	2
	1.2	7. Создание и оптимизация landing page	Практическое задание по созданию и оптимизации landing page для продвижения определенного товара или услуги.	2
	1.2	8. Разработка цифровой стратегии для стартапа	Практическое задание по разработке цифровой стратегии для стартапа, включающее выбор маркетинговых инструментов и определение KPI.	3

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

--	--	--	--	--

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.2	1. Анализ конкурентов и исследование рынка в выбранной отрасли.	Работа с контентом	10
	1.2	2. Создание и оптимизация контент-стратегии для бренда.	Работа с контентом	10
	1.2	3. Использование инструментов машинного обучения в цифровом маркетинге.	Работа с контентом	10
	1.2	4. Разработка мобильного приложения для продвижения бренда.	Работа с контентом	10
	1.2	5. Применение инфлюенс-маркетинга и сотрудничество с блогерами для продвижения продукта или услуги.	Работа с контентом	10
	1.2	6. Создание и проведение онлайн-акций и розыгрышей для привлечения и удержания клиентов.	Работа с контентом	10
	1.2	7. Разработка и запуск программы лояльности для бренда.	Работа с контентом	10
	1.2	8. Анализ и оптимизация конверсии на сайте с использованием A/B-тестирования и UX-анализа.	Работа с контентом	4

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 15.10.2023).

2. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533877> (дата обращения: 15.10.2023).

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511984> (дата обращения: 15.10.2023).

2. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520478> (дата обращения: 15.10.2023).

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
«Электронно-библиотечная система elibrary»	https://elibrary.ru/
«Электронная библиотека диссертаций»	http://diss.rsl.ru/

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

1) Anaconda

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для курсового проектирования(выполнения курсовых работ)	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	
Учебные аудитории для текущей аттестации	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — английский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

1. Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных,

инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

2. Лекции

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана. Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

3. Семинарские (практические) занятия

Семинарские (практические занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также представление обучающимися результатов микроисследований по изучаемым темам. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование обучающихся по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений. Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

4. Самостоятельная работа обучающегося

Для успешного усвоения курса необходимо не только посещать аудиторные занятия, но и вести активную самостоятельную работу. При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную основную и дополнительную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Домашнее задание оценивается по следующим критериям:

- степень и уровень выполнения задания;
- самостоятельность в подготовке работы и аккуратность в ее оформлении;
- использование специальной литературы;
- сдача домашнего задания в срок.

Оценивание домашних заданий входит в накопленную оценку.

Разработчик/группа разработчиков:
Иван Павлович Мониц

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20___ г.