

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «20» мая 2022 г., протокол №12/243

Председатель  /Н.С. Сафронов/
(подпись)

«20» мая 2022 г. Зав. кафедрой дизайна и
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 2644/08 от 13.09.2021г.)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Цифровой маркетинг
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4/4-5

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2022 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 10.05.2023 г.

Сведения разработчиков:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Андреева Ю.В.	СОРИК	к.пс.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
 /_Магомедова А.К./ Подпись ФИО «10» 05 2022 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов прочных знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, 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.

В результате освоения дисциплины студент должен знать: - типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых с помощью инструментов Digital-маркетинга; - виды и особенности применения различных инструментов Digital-маркетинга; - методы прогнозирования спроса на рассматриваемую продукцию при помощи систем анализа спроса в интернете; - методы анализа эффективности и аналитики инструментов Digital-рекламы; - этапы работ при реализации маркетинговых задач в цифровой среде. Должен уметь: - выстраивать отношения с подрядчиками услуг по Digital-маркетингу; - настраивать различные системы Digital-рекламы и веб-аналитики. Должен владеть: навыками - разработки стратегии Digital-маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии; - создания системы анализа эффективности проводимых мероприятий в Digital-маркетинге. Должен демонстрировать способность и готовность: -использовать инструменты маркетинга в Интернете и применять их при проведении рекламных, PR и BTL кампаний, -оценивать эффективность как акций Digital маркетинга так и традиционных акций и кампаний при помощи интернет инструментов. - разрабатывать стратегии Digital-маркетинга и выбирать каналы цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии; - выстраивать отношения с подрядчиками услуг по Digital-маркетингу.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма

Дисциплина «Цифровой маркетинг» относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в седьмом и восьмом семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования сети Интернет, основные аспекты работы специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью, основные аспекты маркетинга и менеджмента. Предшествующие дисциплины:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Управления конфликтами в массовых коммуникациях
- Основы проектного управления
- Основы предпринимательского права
- Основы продвижения коммуникационных продуктов
- Современные медиакоммуникации
- Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью
- Креативные технологии в рекламе
- Компьютерная графика и дизайн в рекламе
- Конструирование рекламы
- Основы маркетинга
- Основы менеджмента
- Социальное предпринимательство
- Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью
- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Основы интегрированных коммуникаций
- Планирование рекламных кампаний
- Планирование PR-кампаний
- PR в сфере культуры
- Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью
- Основы брендинга.
- Продвижение СМИ
- Проектная деятельность
- Профессионально-творческая практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

- Технология производства рекламного продукта
- Интернациональная и национальная реклама
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Заочная форма

Дисциплина «Цифровой маркетинг» относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в восьмом и девятом семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения. Предшествующие дисциплины: Управление конфликтами в массовых коммуникациях, Основы проектного управления, Основы продвижения коммуникационных продуктов, Современные медиакоммуникации, Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью, Креативные технологии в рекламе, Компьютерная графика и дизайн в рекламе, Конструирование рекламы, Основы маркетинга, Основы менеджмента, Социальное предпринимательство, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы интегрированных коммуникаций, Планирование рекламных кампаний, Планирование PR-кампаний, PR в сфере культуры, Продвижение СМИ, Проектная деятельность, Организация рекламных и PR-мероприятий.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин:

- Технология производства рекламного продукта
- Интернациональная и национальная реклама
- Профессионально-творческая практика
- Преддипломная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

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 использования языка, средств, методов и моделей математики в проблемах прикладного характера; различные способы применения возможностей компьютерной техники для решения типовых задач, обработки анализа результатов научных наблюдений; законы и методы накопления, передачи и обработки информации из различных источников; методы создания резервных копий, архивов данных и программ; структуру локальных и глобальных компьютерных сетей; методы управления информацией с использованием прикладных программ.</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		
	<p>Уметь: использовать освоенные методы и модели при решении профессиональных задач, применять для этого информационные технологии и средства компьютерной техники; работать с программными средствами общего назначения для поиска, хранения, обработки и анализа информации; использовать внешние носители информации для обмена данными; создавать резервные копии, архивы данных и программ; работать с компьютером как средством управления информацией.</p> <p>Владеть: применением всего арсенала изученных методов; работы с компьютером как средством управления информацией в компьютерных сетях; представлением информации 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>	
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;</p> <p>- особенности планирования коммуникационных кампаний в связях с общественностью и с рекламными целями;</p> <p>- 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;</p>	
	<p>- 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>	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		
ПК 3 - Способен организовывать продвижение продукции СМИ	<p>Знать: теоретические основы интернет-маркетинга, виды цифрового контента, структуру и специфику его видов для решения проектных задач;</p> <p>Уметь: проводить анализ эффективности различных инструментов интернет-маркетинга, создавать и редактировать цифровой контент и разрабатывать рекомендации по его совершенствованию;</p> <p>Владеть: навыками работы со специальными прикладными сервисами по оценке эффективности интернет-маркетинга и поисковыми системами, навыками составления технико-экономического обоснования проекта, навыками анализа документов; навыками отбора и структурирования цифровой информации.</p>	

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 5

по видам учебной работы (в часах) 180 часов

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		7	8	
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	64	36	28	
Аудиторные занятия:	64	36	28	
Лекции	18	18	-	
семинарские и практические занятия	46	18	28	
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	80	36	44	
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические работы	Тест	
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	36	Зачет (тест)	Экзамен (36)	
Всего часов по дисциплине	180	72	108	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС обучающимся для проведения занятий в дистанционном формате при применении электронного обучения

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		8	9	
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	20	10	10	
Аудиторные занятия:	20	10	10	
Лекции	8	4	4	
семинарские и практические занятия	12	6	6	
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	151	98	53	
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические работы, кейсы(ситуационные задачи)	Практическая работа, кейс(ситуационная задача), тест	
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	9	Зачет	Экзамен(9)	
Всего часов по дисциплине	180	108	72	

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС обучающимся для проведения занятий в дистанционном формате при применении электронного обучения

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения ____ очная ____

Название разделов	Всего	Виды учебных занятий					Форме 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		
Тема 1. Обзор инструментов Digital-маркетинга	20	2	2+4				6+6	Устный прос, кейс(решение ситуационной задачи)
Тема 2.	20	2	2+4				6+6	Устный

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Разработка стратегии Digital-маркетинга							опрос, кейс (решение ситуационной задачи)
Тема 3. Создание и оптимизация сайта	20	2	2+4			6+6	Письменная работа (практическое задание)
Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новостных медиа	20	2	2+4			6+6	Письменная работа (практическое задание)
Тема 5. Digital-реклама	24	4	4+4			6+6	Устный опрос, кейс (решение ситуационной задачи)
Тема 6. E-mail маркетинг	24	4	4+4			3+6	Письменная работа (практическое задание)
Тема 7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	16	2	2+4			3+8	Тест
Итого	144	18	46			80	

144+36(ЭКЗАМЕН)=180ч.

Форма обучения _____ заочная _____

Название разделов	Всего	Виды учебных занятий					Форматы контроля	
		Аудиторные занятия			Занятия в индивидуальной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7		
Семестр 8								

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Тема 1. Обзор инструментов Digital-маркетинга	17	2+2				14+6	Кейс(решение ситуационной задачи)
Тема 2. Разработка стратегии Digital-маркетинга	17		1+1			14+7	Кейс(решение ситуационной задачи)
Тема 3. Создание и оптимизация сайта	17		1+1		2	14+8	Письменная работа(практическое задание)
Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новостных медиа	17		1+1		2	14+8	Письменная работа(практическое задание)
Семестр 9.							
Тема 5. Digital-реклама	48	2+2	1+1		4	14+8	Устный опрос, кейс(решение ситуационной задачи)
Тема 6. E-mail маркетинг	41		1+1		2	14+8	Письменная работа(практическое задание)
Тема 7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	46		1+1		2	14+8	Устный опрос, Тест
Итого	171	8	12			151	

171+9(ЭКЗАМЕН)=180Ч.

5. СОДЕРЖАНИЕ Тема 1.

Обзор инструментов Digital-маркетинга.

Основы, цели и задачи Digital маркетинга. Сравнительный обзор инструментов Digital маркетинга: поисковая оптимизация (SEO), поисковый маркетинг (SEM), контент-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

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 2. Разработка стратегии Digital 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 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 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.

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

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Тема 1. Обзор инструментов Digital-маркетинга.

Устный опрос. Вопросы для подготовки: 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. Разработка стратегии Digital-маркетинга.

Устный опрос. Вопросы для подготовки:

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

Тема 3. Создание и оптимизация сайта.

Подготовка презентации. Примерные вопросы и практическое задание:

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

Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.

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, Facebook Messenger, Telegram, Skype, ICQ, Google Hangouts) 5. Результаты представить в виде презентации в Power Point.

Тема 6. Управление проектами в интернет-маркетинге.

Подготовка отчета - практическое задание: 1. Разработать стратегию создания продающего сайта (онлайн-магазина). 2. Рассчитать плановую экономическую эффективность бизнес-идеи. 3. Результаты представить в виде отчетов в СППР Project Expert.

Тема 5. Интернет-реклама.

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

Тема 6. E-mail маркетинг.

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. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний.

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

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

рекламы. 11. Эффективность мероприятий Интернет маркетинга.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

№	Формулировка вопроса
1.	История развития сети Интернет.
2.	Концепция построения сети Интернет.
3.	Сервисы сети Интернет.
4.	Технологии Интернета в маркетинге.
5.	Маркетинговые исследования в сети Интернет.
6.	Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.
7.	E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
8.	Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
9.	Тенденции современного E-mail маркетинга.
10.	Модели поведения посетителей сайтов
11.	Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
12.	Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
13.	Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
14.	Лэндинг. Методы и факторы успеха.
15.	Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
16.	Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
17.	Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.
18.	Создание и регистрация сайта.
19.	Разработка SEO-friendly сайта.
20.	Виды интернет-рекламы.
21.	Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
22.	Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
23.	Оценка эффективности рекламной кампании в сети Интернет.
24.	SMM. Методы и стратегии.
25.	Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
26.	PR в интернет.
27.	Модели электронного бизнеса и их характеристика.
28.	Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров.
29.	Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином.
30.	Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление
31.	SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
32.	Внутренняя оптимизация сайта.
33.	Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.
34.	Развитие сферы услуг в Интернет.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		
35. Сайты и порталы: структура, состав, отличия		

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Общие положения

- Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:
- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
 - подготовка устных сообщений (докладов), выполнение практических заданий, решение ситуационных задач;
 - участие в работе семинаров;
 - подготовка к тестированию, зачету, экзамену.

Очная форма

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.)
Тема 1. Обзор инструментов Digital-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, кейс (решение ситуационной задачи)	6+6	Устный опрос, проверка решения задачи
Тема 2. Разработка стратегии Digital-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, кейс (решение ситуационной задачи)	6+6	Устный опрос, проверка решения задачи
Тема 3. Создание и оптимизация сайта	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания	6+6	Устный опрос, проверка письменной работы (практическое задание)
Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания	6+6	Устный опрос, проверка письменной работы (практическое задание)
Тема 5. Digital-реклама	Подготовка к семинарскому занятию, кейс (решение ситуационной задачи)	6+6	Устный опрос, проверка решения задачи
Тема 6. E-mail маркетинг	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания	3+6	Устный опрос, проверка письменной работы (практическое задание)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф-Рабочая программа по дисциплине				
Тема 7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Подготовка к тестированию	3+8	Проверка теста	
Заочная форма				
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.)	
Тема 1. Обзор инструментов Digital-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, кейс (решение ситуационной задачи)	14+6	Кейс (решение ситуационной задачи)	
Тема 2. Разработка стратегии Digital-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, кейс (решение ситуационной задачи)	14+7	Кейс (решение ситуационной задачи)	
Тема 3. Создание и оптимизация сайта	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания	14+8	Письменная работа (практическое задание)	
Тема 4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания	14+8	Письменная работа (практическое задание)	
Тема 5. Digital-реклама	Подготовка к семинарскому занятию, кейс (решение ситуационной задачи)	14+8	Устный опрос, кейс (решение ситуационной задачи)	
Тема 6. E-mail маркетинг	Подготовка к семинарскому занятию, выполнение практического задания	14+8	Письменная работа (практическое задание)	
Тема 7. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	Подготовка к тестированию	14+8	Устный опрос, Тест	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. - Ростов н/Д : ЮФУ, 2020. - 161 с. - ISBN 978-5-9275-3437-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927534371.html>
2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>.

Дополнительная литература

1. Крюкова, Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов. Как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 303 с. - ISBN 978-5-9614-6515-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961465150.html>
2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>
3. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 269 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Просто, кратко, быстро). - ISBN 978-5-16-010065-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1079142>
4. Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смолоник, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90586.html>

Учебно-методическая литература

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. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 295 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8153>

Согласовано:

И. В. Бибишевская

Должность сотрудника научной библиотеки

Шевченко И. А.

ФИО

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления 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.

12. 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;

– 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 Андреева Ю.В.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		10.05.23
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		10.05.23

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

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>
2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>.
3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - Москва : Дашков и К, 2016. - 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394024740.html>

Дополнительная литература

5. Вердиян, В. Вадим Вердиян. Секреты успешного интернет-маркетинга. Руководство для тех, кто мечтает вывести свой бизнес на новый уровень. - Москва : Книжный мир, 2011. - 160 с. - ISBN 978-5-8041-0540-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785804105403.html>
6. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. - Ростов н/Д : ЮФУ, 2020. - 161 с. - ISBN 978-5-9275-3437-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927534371.html>
7. Крохина, О. И. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей / О. И. Крохина, М. Н. Полосина, А. В. Рубель, О. И. Сахно, Е. В. Селин, М. С. Ханина - Москва : Инфра-Инженерия, 2012. - 216 с. - ISBN 978-5-9729-0047-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972900473.html>
8. Крюкова, Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов. Как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 303 с. - ISBN 978-5-9614-6515-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961465150.html>

Учебно-методическая литература

2. 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. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 295 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8153>

Согласовано:

Гл. библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.

ФИО



подпись

11.05.2023

дата

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
 Система «Антиплагиат.ВУЗ»
 Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
 ОС Microsoft Windows
 Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

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, [2023]. – 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, [2023]. - 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, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦГО». – 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.

Согласовано:

Инженер ведущий /
Должность, категория, УИИТ

Щуренко Ю.В.,
0990



19.05.2023