


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.

<b>СОГЛАСОВАНО</b>
Заведующий выпускающей кафедрой
 /_Магомедова А.К./ Подпись <span style="float: right;">ФИО</span> «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><b>Знать:</b> виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. Знать действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.</p> <p><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> - 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><b>Уметь:</b> - 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><b>Владеть:</b> - 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><b>Знать:</b> теоретические основы интернет-маркетинга, виды цифрового контента, структуру и специфику его видов для решения проектных задач;</p> <p><b>Уметь:</b> проводить анализ эффективности различных инструментов интернет-маркетинга, создавать и редактировать цифровой контент и разрабатывать рекомендации по его совершенствованию;</p> <p><b>Владеть:</b> 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					Формы текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в нетрадиционной 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. 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		

## 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, [2022]. – 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, [2022]. - 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, [2022]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - 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, [2022].

### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2022]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2022]. – 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, [2022]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. SMART Imagebase** : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

### 6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/> . – Текст : электронный.

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


### 7. Образовательные ресурсы УлГУ:

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

СОГЛАСОВАНО:

*зам. на. УИТ*      *Ключков В. В.*      *[Подпись]*      *03.06.2022*  
 Должность сотрудника УИТ      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.

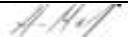
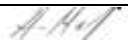
В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

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.  
 0000



19.05.2023

0000