

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра маркетинга

Авторы-составители: Антинескул Екатерина Александровна

**Рабочая программа дисциплины
СТРАТЕГИИ ДИДЖИТАЛ МАРКЕТИНГА
Код УМК 96870**

**Утверждено
Протокол №10
от «09» июня 2021 г.**

Пермь, 2021

1. Наименование дисциплины

Стратегии диджитал маркетинга

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в базовую часть Блока « М.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.04.02** Менеджмент
направленность Digital-маркетинг

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Стратегии диджитал маркетинга** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.04.02 Менеджмент (направленность : Digital-маркетинг)

ОПК.4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

Индикаторы

ОПК.4.1 Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей

ОПК.4.2 Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

ПК.2 Способен управлять операционной системой любого организационного уровня, ее процессами, ресурсами и результатами

Индикаторы

ПК.2.7 Формирует маркетинговую стратегию организации

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	38.04.02 Менеджмент (направленность: Digital-маркетинг)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	1,2
Объем дисциплины (з.е.)	8
Объем дисциплины (ак.час.)	288
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	96
Проведение лекционных занятий	24
Проведение практических занятий, семинаров	72
Самостоятельная работа (ак.час.)	192
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (5)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (1 триместр) Экзамен (2 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Стратегии диджитал маркетинга

Входной контроль

Определение понятия диджитал маркетинга. Методы разработки стратегий диджитал маркетинга

1 Особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга

Разработка стратегий диджитал маркетинга. Процесс разработки стратегий диджитал маркетинга. Этапы разработки стратегий диджитал маркетинга

2 Каналы и инструменты диджитал продвижения

Digital-инструменты с обоснованием необходимости применения: преимуществ и недостатков каждого из них. Корпоративный сайт, SEO. Контекстная реклама. Медийная реклама. Социальные сети. Видеореклама. Email-маркетинг

3 Система реализации стратегий диджитал маркетинга

Методы реализации стратегий диджитал маркетинга. Разработка системы реализации стратегий диджитал маркетинга.

4 Особенности B2B и B2C стратегий диджитал маркетинга

Различие и особенности B2B и B2C стратегий диджитал маркетинга. Методы реализации стратегий

5 Прогнозное моделирование и экспертиза стратегий диджитал маркетинга

Методы моделирования диджитал стратегий. Рекомендация конкретных контрагентов для воплощения стратегии в жизнь. Концепция системы аналитики. Анализ конкурентов: доля трафика общая на сайт компании и сайты конкурентов; прямые заходы, рассылки, рефераллы, соц. сети, органический поиск, платный поиск, медийная реклама; оценка качества трафика: средняя длительность посещения, показатель отказов, количество просмотренных страниц. Авторский контроль в течение двух месяцев

6 Определение эффективности стратегий диджитал маркетинга

Бюджетирование и планирование, KPI инструментов стратегии диджитал маркетинга и определение прогнозного ROI.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].
<http://www.iprbookshop.ru/99365.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, 2019. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].
<https://www.urait.ru/bcode/432128>

Дополнительная:

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].
<http://www.iprbookshop.ru/75200.html>
2. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.]. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-9729-0210-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].
<http://www.iprbookshop.ru/78250>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

При освоении дисциплины использование ресурсов сети Интернет не предусмотрено.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Стратегии диджитал маркетинга** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Стратегии диджитал маркетинга**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.4

Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.4.1 Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей	Знать особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации	<p>Неудовлетворител Не знает особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации</p> <p>Удовлетворительн Знает частично особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации</p> <p>Хорошо Знает, допуская ошибки, особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации</p> <p>Отлично Знает особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации</p>
ОПК.4.2 Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	Знать систему реализации стратегий диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стартегий диджитал маркетинга	<p>Неудовлетворител Не знает систему реализации стратегий диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стартегий диджитал маркетинга</p> <p>Удовлетворительн Знает частично систему реализации стратегий диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стартегий диджитал маркетинга</p> <p>Хорошо Знает, допуская ошибки, систему реализации стратегий диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стартегий диджитал маркетинга</p> <p>Отлично Знает систему реализации стратегий</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		Отлично диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стратегий диджитал маркетинга

ПК.2

Способен управлять операционной системой любого организационного уровня, ее процессами, ресурсами и результатами

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.2.7 Формирует маркетинговую стратегию организации	Уметь проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, знать методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга	<p>Неудовлетворител Не умеет проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, не знает методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга</p> <p>Удовлетворительн Умеет частично проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, знает методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга</p> <p>Хорошо Умеет, допуская ошибки, проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, знает методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга</p> <p>Отлично Умеет проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, знает методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Знать основные термины маркетинга, комплекс маркетинга и виды маркетинговой среды предприятия
ПК.2.7 Формирует маркетинговую стратегию организации ОПК.4.1 Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей ОПК.4.2 Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	1 Особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга Письменное контрольное мероприятие	Знать особенности и тенденции в разработке диджитал стратегии и тактики маркетинга: цели, типы, методы оценки эффективности

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.2.7 Формирует маркетинговую стратегию организации ОПК.4.1 Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей ОПК.4.2 Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	2 Каналы и инструменты диджитал продвижения Письменное контрольное мероприятие	Знание каналов, инструментов диджитал маркетинга: преимуществ, недостатков и индикаторов оценки
ПК.2.7 Формирует маркетинговую стратегию организации ОПК.4.1 Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей ОПК.4.2 Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	3 Система реализации стратегий диджитал маркетинга Письменное контрольное мероприятие	Знание типов систем управления процессом реализации диджитал стратегий, их преимуществ и недостатков

Спецификация мероприятий текущего контроля

Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
от 81 до 100% правильных ответов	5
от 61 до 80% правильных ответов	4
От 41 до 60% правильных ответов	3
Менее 41% правильных ответов	2

1 Особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
от 81 до 100% правильных ответов	30
от 61 до 80% правильных ответов	23
От 41 до 60% правильных ответов	17
41% правильных ответов	14
Менее 41% правильных ответов	13

2 Каналы и инструменты диджитал продвижения

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
от 81 до 100% правильных ответов	30
от 61 до 80% правильных ответов	23
От 41 до 60% правильных ответов	17
41% правильных ответов	14
Менее 41% правильных ответов	13

3 Система реализации стратегий диджитал маркетинга

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
от 81 до 100% правильных ответов	40
от 61 до 80% правильных ответов	30
От 41 до 60% правильных ответов	26
41% правильных ответов	17
Менее 41% правильных ответов	16

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.2.7 Формирует маркетинговую стратегию организации ОПК.4.1 Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей ОПК.4.2 Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	4 Особенности B2B и B2C стратегий диджитал маркетинга Письменное контрольное мероприятие	Знание специфики реализации диджитал стратегий на рынках B2C и B2B: требования к каналам и инструментам
ПК.2.7 Формирует маркетинговую стратегию организации ОПК.4.1 Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей ОПК.4.2 Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	5 Прогнозное моделирование и экспертиза стратегий диджитал маркетинга Письменное контрольное мероприятие	Знание методов моделирования и форм экспертизы проекта стратегии диджитал маркетинга

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.2.7 Формирует маркетинговую стратегию организации ОПК.4.1 Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей ОПК.4.2 Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	6 Определение эффективности стратегий диджитал маркетинга Итоговое контрольное мероприятие	Умение определять и обосновывать эффективность разработанной стратегии диджитал маркетинга

Спецификация мероприятий текущего контроля

4 Особенности B2B и B2C стратегий диджитал маркетинга

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
от 81 до 100% правильных ответов	30
от 61 до 80% правильных ответов	23
От 41 до 60% правильных ответов	17
41% правильных ответов	14
Менее 41% правильных ответов	13

5 Прогнозное моделирование и экспертиза стратегий диджитал маркетинга

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
от 81 до 100% правильных ответов	30
от 61 до 80% правильных ответов	23
от 41 до 60% правильных ответов	17
41% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

6 Определение эффективности стратегий диджитал маркетинга

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	40
61-80% правильных ответов	32
41-60% правильных ответов	26
41% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	16