

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

«Утверждаю»
Декан факультета экономики и управления
С.Ш. Шарипов
2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Digital –маркетинг»

Направление подготовки 38.04.02

Профиль подготовки – **Международный менеджмент**

Форма подготовки - очная

Квалификация (степень) - **Магистр**

ДУШАНБЕ 2024

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 № 970

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга протокол № 1 от 29 08 2024 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета протокол № 1 от 30 08 2024 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета протокол № 1 от 31 08 2024 г.

Заведующая кафедрой к.э.н., доцент Н. Салиева Салиева Н.Ш.

Зам. председателя УМС факультета к.э.н., доцент Т.Г. Шодиева Шодиева Т.Г.

Разработчик к.э.н., доцент Г.Г. Шарипова Шарипова Г.Г.

Разработчик (ки) от организации: С. Шоев Шоев С.
руководитель отдела HR ООО «55Group»

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «Digital- маркетинг» предназначена для реализации на второй ступени высшего образования. Предметом дисциплины является сфера интернет-маркетинга, включающая в себя различные формы, средства и способы реализации маркетинговых стратегий продвижения товаров и услуг в сети интернет. Учебная программа дисциплины «Digital-маркетинг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом и учебным планом по направлению 38.04.02 «Менеджмент», профиль подготовки «Международный менеджмент».

1.1. Цели изучения дисциплины

Усиление конкуренции на внутренних и внешних рынках РТ, формирование рыночной системы хозяйствования в отраслях народнохозяйственного комплекса актуализируют проблему подготовки специалистов маркетинга, профессионально разбирающихся в особенностях своей отрасли и в проблемах эффективного бизнеса в ней.

Для будущих маркетологов это предполагает необходимость изучения современных маркетинговых инструментов, связанных с сетью Интернет.

Цель дисциплины – дать систематизированные знания в области интернет-маркетинга и сформировать умения и навыки использования основных маркетинговых инструментов в интернет, а также оценки их эффективности.

1.2. Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины:

- раскрыть основные понятия и категории в сфере интернет-маркетинга;
- ознакомить с основными инструментами и стратегиями реализации интернет-маркетинга;
- рассмотреть национальные и международные правовые документы в сфере регулирования интернет-маркетинга;
- изучить современные перспективные направления развития интернет-маркетинга в мировом сообществе;
- определить специфику использования различных средств интернет-маркетинга в Республике Таджикистан.

1.3. В результате освоения дисциплины «Диджитал маркетинг» формируются следующие (общекультурные - ОК, общепрофессиональные – ОПК, профессиональные – ПК) компетенции обучающегося:

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию
ПК-4 Способен организовать электронную коммерцию	ПК-4	<p>ИПК 4.1. Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативную базу в области управления электронной коммерции; - основы SMM; - основы таргетинга - digital-marketing; - основы продвижения через web-платформы <p>ИПК 4.2. Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять нормативную документацию в области управления электронной коммерции; - применять основные инструменты продвижения продуктов в сети – интернет. <p>ИПК 4.3. Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продвижением в SMM; - таргетингом в социальных сетях; -настраиванием рекламы на ЦА на основных платформах в сети-интернет; -копирайтингом. 	<p>Лекция Практика КСР</p> <p>Работа с научно-методической и учебной литературой</p> <p>Самостоятельная работа</p>

1.4. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- нормативную базу в области управления электронной коммерции в РТ;
- основы SMM;
- основы таргетинга;
- основы продвижения через web-платформы.

Уметь:

- применять нормативную документацию в области управления электронной коммерции;
- применять основные инструменты продвижения продуктов в сети – интернет.

Владеть:

- продвижением в SMM;
- таргетингом в социальных сетях;
- настраиванием рекламы на ЦА на основных платформах в сети-интернет;
- копирайтингом.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Предмет «Digital-маркетинг» относится к обязательным дисциплинам (Б1.В.ДВ.02.01) ОПОП направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль подготовки «Международный менеджмент» и проводится на 1-ом семестре очной формы обучения. Дисциплина «Digital-маркетинг» имеет теоретическую и практическую направленность. В ходе изучения данной дисциплины предполагается не только теоретическое осмысление сущностных закономерностей развития форм, средств и способов Интернет-маркетинга, но и формирование у студентов практических навыков работы с различными инструментами Интернет-маркетинга.

Логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанными в нижеследующей таблице:

Таблица 1

№	Название дисциплины	Курс	Место дисциплины в структуре ООП
1.	Методы исследований в менеджменте	1	Б1.О.07
2.	Международный бизнес	1	Б1.В.03
3.	Введение в стратегический маркетинг	1	Б1.В.ДВ.02

При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1-3, указанных в Таблице 1.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины «Digital-маркетинг» составляет 2 зачетных единицы, всего 72 часа, из которых: лекции – 6 часов, практические занятия – 8 часов, всего часов аудиторной нагрузки – 14, КСР - 20 часов, самостоятельная работа - 38 часа.

Зачет – 1- й семестр очной формы обучения

№ п/н	Раздел Дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Литература
		Лек.	Пр.	КСР	
I семестр					
1	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга	2		2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
2	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Сущность и развития интернет-маркетинга. Электронный бизнес и электронная торговля.		2		Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
3	Тема 1. Обзор			2	Основная [1-2]

	инструментов интернет-маркетинга Сайт организации как инструмент-маркетинга				Дополнительная [1-3]
4	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Функциональное назначение и ресурсы Интернет		2		Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
5	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Портрет интернет аудитории			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
6	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Требования к интернет-маркетологу		2		Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
7	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга Маркетинг в социальных сетях			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
8	Тема 2. Разработка интернет-стратегии	2	2	2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
9	Тема 2.	2	2		Основная [1-2]

	Разработка интернет-стратегии Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации				Дополнительная [1-3]
10	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Необходимы интернет-сервисы для создания сайта		2	2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
11	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
12	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Методика повышения качество лидов			2	Основная [1-2] Дополнительная [1-3]
13	Тема 2. Разработка интернет-стратегии Методика повышения качество лидов			2	
14	Тема 2.			2	

	Разработка интернет-стратегии Методика повышения качество лидов				
Итого по семестру		6	8	20	
Всего по курсу		6	8	20	

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

4.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине (очная форма обучения)

№ п/п	Объем СРС, в час.	Тема СРС	Форма и вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
1	2	Е-mail маркетинг	Реферат	Опрос
2	2	Стратегия сегментации в Е-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок.	ЭССЕ	Опрос, выступление
3	2	Тенденции современного Е-mail маркетинга	Реферат	Опрос, выступление
4	2	Модели поведения посетителей сайтов	Доклад	Защита работы
5	2	Лидогенерация, как бизнес-процесс	Письменная работа	Опрос, выступление
6	2	Методы лидогенерации	Доклад	Опрос, Выступление
7	2	Лэндинг. Методы и факторы успеха	Реферат	Опрос, Выступление
8	2	Электронная коммерция бизнес-бизнес В2В	ЭССЕ	Опрос, Выступление
9	4	Электронная коммерция бизнес-клиент В2С	Доклад	Защита работы
10	2	Разработка SEO-friendly сайта	Доклад	Защита работы
11	2	Виды интернет-рекламы	Письменная	Опрос,

№ п/п	Объем СРС, в час.	Тема СРС	Форма и вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
			работа	выступление
12	2	Сервисы контекстной рекламы	ЭССЕ	Опрос, Выступление
13	2	SMM. Методы и стратегии	Письменная работа	Опрос, выступление
14	2	PR в интернет	Реферат	Опрос
15	2	СПАМ	ЭССЕ	Опрос, Выступление
16	4	Службы интернет и их характеристика	Письменная работа	Опрос, выступление

4.2. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению.

Для выполнения задания, прежде всего, необходимо ознакомиться и изучить основные положения теоретических материалов соответствующей темы из литературных источников. Они указаны в разделе 3 «Содержание и структура дисциплины». Большинство заданий выполняются в виде эссе, анализа кейсов, контрольных тестов, а также презентации результатов самостоятельно выполненного семестрового задания по выбранной теме.

Текущая СРС

Текущая самостоятельная работа включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданному проекту;
- изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим работам;
- подготовка к промежуточному контролю, зачету.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа ориентирована на развитие интеллектуальных умений, комплекса общекультурных и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала студентов. Включает следующие виды работ по основным проблемам курса:

- поиск, анализ, структурирование и презентация проектной информации;
- выполнение расчетно-графических работ по проекту;
- исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
- анализ научных публикаций по заранее определенному преподавателем проекту.

5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература:

1. 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.
2. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 444 с.

5.2. Дополнительная литература:

3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с.

5.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Википедия, свободная энциклопедия [Элек-тронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)
2. ЭБС urait.ru

5.4. Перечень информационных технологий и программного обеспечения Используются лицензионное программное обеспечение ОС Windows-7

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Основой освоения курса должны явиться аудиторные занятия – лекции и практическая работа (семинары, решение задач, знакомство с реальными материалами), полученные знания закрепляются в ходе самостоятельной работы студентов – выполнение домашних заданий, знакомство со специальной литературой, написание рефератов, подготовка к семинарским занятиям.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль студентов осуществляется путем написания эссе, анализа кейсов, контрольных тестов, выполнения самостоятельного задания, обсуждения теоретических вопросов.

Промежуточная аттестация осуществляется путем опроса и проверки письменных работ.

Итоговый контроль проводится в форме опроса с использованием интервью, тестов, рассмотрения результатов письменных работ, ситуационных заданий.

Контролирующие материалы по дисциплине содержат:

Контрольные вопросы для проведения итоговой аттестации.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины на факультете Информационных технологий РТСУ имеются 5 компьютерных классов, 2 из которых обеспечены электронными досками. При этом будут задействованы следующие технические средства обучения и оборудование:

1. Мультимедиа проектор.
2. Экран настенный.
3. Интерактивная доска.
4. Акустическая система.
5. Персональный компьютер и ноутбук.
6. Программные средства.
7. Интернет-ресурсы.

В начале изучения дисциплины студентам предоставляется список основной литературы по предмету. Дополнительная литература демонстрируется по мере необходимости.

На лекциях студенту кратко излагается основной теоретический материал. На практических занятиях студент получает задание с указанием последовательности его выполнения. Студент получает рабочую программу. Степень усвоения теоретического материала и практических упражнений проверяется промежуточным контролем и зачетом. Самостоятельная работа

студента проводится в виде подготовки конспектов по разделам курса и презентации проекта.

Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.