

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины *Цифровой маркетинг (Digital marketing) в современном мире*

Рекомендуется для направления подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность программы (профиль) "Цифровое государство" (магистры)

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины «Цифровой маркетинг (Digital marketing) в современном мире» состоит в обеспечении студентов необходимых знаний и навыков по использованию сети Интернет для ведения деятельности организации/компании.

Основными задачами курса являются:

- изучение основных понятий, связанных с электронным бизнесом и электронной коммерцией;
- выявление роли сети Интернет в развитии информационного общества и в изменениях, происходящих в экономике;
- овладение знаний по созданию, регистрации и размещению сайтов;
- изучение основных видов продвижения сайтов, организации коммерческой деятельности в сети Интернет, организации рекламной компании сайта.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Цифровой маркетинг (Digital marketing) в современном мире» относится к дисциплинам по выбору вариативной компоненты учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общепрофессиональные компетенции			
	ОПК-4. Способен к организации внедрения современных информационно-коммуникационных технологий, обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.	Управление данными (Data management)	Информационно-аналитические технологии государственного и муниципального управления Цифровые трансформации государства
	ОПК-6. Способен организовывать проектную деятельность; моделировать административные процессы и процедуры в органах власти	Теория и механизмы современного государственного управления Муниципальное управление и местное самоуправление Управление данными (Data management)	Информационно-аналитические технологии государственного и муниципального управления Государственные и муниципальные финансы Цифровые трансформации государства

Профессиональные компетенции (вид профессиональной деятельности аналитическая, организационно-управленческая)			
	ПК-4 - способен выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации	Управление данными (Data management)	Управление информационной безопасностью Управление цифровыми изменениями и инновациями Криптовалюта и денежная политика Финансовый менеджмент в государственной организации Цифровизация и привлечение инвестиций Электронный документооборот Управление городом (Smart Cities), экономика ЖКХ Геоинформационные системы

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-4. Способен организовывать внедрение современных информационно-коммуникационных технологий в соответствующей сфере профессиональной деятельности и обеспечивать информационную открытость деятельности органа власти;

ОПК-6. Способен организовывать проектную деятельность; моделировать административные процессы и процедуры в органах власти;

ПК-4 - способен выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия, связанные с электронным бизнесом и электронной коммерцией, понимать роль сети Интернет в развитии информационного общества и в изменениях, происходящих в экономике;
- сущность электронной коммерции, ее достоинства и недостатки;
- что такое интернет-проект
- основные сектора электронной коммерции B2B, B2C, B2G, C2G, C2C;
- новые подходы к рекламе бизнеса в Интернете;
- методы оплаты товаров и услуг в сети Интернет;

- основные угрозы при ведении бизнеса в Интернете.

Уметь:

- анализировать рынок электронной коммерции;
- определять сектора электронной коммерции;
- регистрировать собственный веб-сайт в Интернете;
- рекламировать свой веб-сайт в сети;
- создавать собственный интернет-проект;
- управлять интернет-проектом.

Владеть:

- навыками работы в Интернет;
- способностью анализировать коммерческую деятельность в Интернете, выявлять конкурентные преимущества и недостатки бизнеса в Интернете.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего)	27			27	
В том числе:					
Лекции	9			9	
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)	18			18	
Самостоятельная работа (всего)	45			45	
Общая трудоемкость (ак.часов)	72			72	
Общая трудоемкость (зач. ед.)	2			2	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сеть интернет - основная технология электронного бизнеса

Интернет - международная информационная компьютерная сеть. Исторический аспект. Доменные и цифровые имена серверов. Основные службы Интернет. Основные концепции WWW (World Wide Web).

Тема 2. Электронная коммерция и электронный бизнес. Сектора электронной коммерции. Рынок электронной коммерции.

Понятие электронной коммерции. История возникновения электронной коммерции. Конкурентные преимущества электронной коммерции. Проблемы электронной коммерции.

Технологии электронной коммерции. Рынок электронной коммерции: состояние, тенденции и перспективы. Распространение электронной коммерции в России.

Формирование секторов электронной коммерции. Электронная коммерция в секторах: B2C (Business-to-Consumer), B2B (Business-to-Business), C2C (Consumer-to-Consumer, C2G (Consumer-to-Government), B2G (Business-to-Government). Основные определения и принципы функционирования.

Тема 3. Интернет-проект – основа электронной коммерции. Организация проектной деятельности.

Этапы организации коммерческой деятельности в Интернете. Создание сайта. Классификация сайтов. Внешний вид сайта и навигация по нему. Ориентировочные расценки на разработку сайтов. Обработка заказов. Организация приема платежей. Доставка товара. Послепродажное обслуживание.

Тема 4. Маркетинг и реклама в сети Интернет

Первоначальное привлечение посетителей на Web-сайт. Выбор места размещения сайта. Доменное имя. Регистрация сайта в поисковых системах и каталогах. Подготовка сайта к регистрации. Регистрация.

Веб-аналитика. Каналы цифрового маркетинга: поисковая оптимизация, реферальный маркетинг, контент маркетинг, связи с общественностью или PR, онлайн реклама, Email маркетинг, продвижение продуктов через лидеров мнений, партнерский маркетинг, маркетинг в социальных сетях, онлайн мероприятия.

Виды рекламы сайтов в Интернете. Обмен ссылками. Баннерная реклама. Партнерские программы. Контекстная реклама. Реклама в социальных сетях.

Ценовые модели размещения рекламы в Интернете и стоимость баннерной рекламы. Эффективность рекламных кампаний.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	ПЗ	ЛР	Семина	СРС	Всего час.
1.	Тема 1. Сеть интернет - основная технология электронного бизнеса	1				4	12
2.	Тема 2. Электронная коммерция и электронный бизнес. Сектора электронной коммерции. Рынок электронной коммерции.	2	4			12	17
3.	Тема 3. Интернет-проект – основа электронной коммерции. Организация проектной деятельности.	4	10			15	21
4.	Тема 4. Маркетинг и реклама в сети Интернет	2	4			14	22
		9	18			45	72

6. Практические занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	2	Сектора электронной коммерции	2
2.	2	Основные виды бизнеса в Интернете	2
3.	3	Инициация интернет-проекта. Монетизация и риски интернет-проекта.	2
4.	3	Анализ конкурентов	2
5.	3	Планирование веб-сайта, подготовка ТЗ, создание веб-сайта	4
6.	3	Организация платежей и доставки в интернет-проекте	2
7.	4	Покупка имени и размещение интернет-проекта в сети	2
8.	4	Реклама интернет-проекта	2

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Для осуществления образовательной деятельности по дисциплине «Цифровой маркетинг (Digital marketing) в современном мире» необходим компьютерный класс с доступом в сеть Интернет.

8. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение

Windows, Microsoft Office, доступ в Интернет

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ" - <http://rucont.ru>
2. Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) - <http://www.icann.org/>.
3. Интернет-издание о высоких технологиях - www.cnews.ru.
4. Маркетер - <http://www.marketer.ru/>.
5. Ассоциация компаний интернет-торговли – www.akit.ru

9. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Ревина С.Ю. Бизнес в Интернете: Учебно-методическое пособие: в 2 ч. Ч. 1 / С.Ю. Ревина. - М.: Изд-во РУДН, 2018. - 62 с. - ISBN 978-5-209-08753-3. - ISBN 978-5-209-08754-0 (ч. 1). [Электронный ресурс <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6372>]
2. Ревина С.Ю. Бизнес в Интернете: Учебно-методическое пособие: в 2 ч. Ч. 2 / С.Ю. Ревина. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2018. - 53 с. - ISBN 978-5-209-08753-3. - ISBN 978-5-209-08755-7 (ч. 2). [Электронный ресурс <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6371>]

б) дополнительная литература

1. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция - М.: Юрайт, 2021. –Режим доступа: <https://urait.ru/viewer/elektronnaya-kommerciya-469613>
2. Гаврилов Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция- М.: Юрайт, 2021. –Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-kommercheskoy-deyatelnosti-elektronnaya-kommerciya-474772>
3. Кобелев, О.А. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учеб. пособие / ред.: С.В. Пирогов, О.А. Кобелев .— 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИТК "Дашков и К", 2018 .— 684 с. — ISBN 978-5-394-01738-4 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/689365>
4. Электронная торговля [Электронный ресурс]: учебник [для бакалавров] / Р.Р. Дыганова, Г.Г. Иванов, Р.Р. Салихова, В.А. Матосян .— М. : ИТК "Дашков и К", 2020 .— 150 с. — (Учебные издания для бакалавров) .— ISBN 978-5-394-03924-9 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/734782>
5. Климович А. Электронная коммерция и интернет-маркетинг. – М.: Т8.- 2020. – 390 с.
6. Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Никишин А.Ф., Панкина Т.В. Электронная коммерция: учебник. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2016. – 192 с.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Реализация курса предполагает следующие методы обучения лекции, практические работы, презентации. Все презентации лекций размещены в телекоммуникационной учебно-информационной системе РУДН по адресу: <http://esystem.pfur.ru>.

Основным результатом освоения курса является выполнение творческого проекта. Для успешного выполнения проекта необходимо выполнить все практические работы. Проект выполняется в течение всего семестра и является групповым.

11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Цифровой маркетинг (Digital marketing) в современном мире» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

К.э.н. , доц. каф. ЭММ

С.Ю.Ревина

Руководитель программы,

Д.э.н., профессор

Е.В.Пономаренко

Заведующий кафедрой

ЭММ

С.А.Балашова