

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.06.2022 14:30:44
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Digital-маркетинг

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Международная экономическая безопасность

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Digital-маркетинг» является формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков в области цифрового маркетинга.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Digital-маркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи
		УК-6.2 Находит и использует источники получения дополнительной информации для повышения уровня общих и профессиональных знаний
		УК-6.3 Определяет задачи саморазвития, цели и приоритеты профессионального роста
ОПК-3	Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макроуровне	ОПК-3.1 Знает основные текущие процессы, происходящие в мировой и отечественной экономике
		ОПК-3.2 Анализирует и интерпретирует данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявляет тенденции изменения социально-экономических показателей
		ОПК-3.3 Понимает движущие силы и закономерности исторического процесса; события и процессы экономической истории
ОПК-6	Способность использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач	ОПК-6.1 Оценивает возможности и целесообразность использования цифровых технологий в профессиональной деятельности
		ОПК-6.2 Использует для решения профессиональных задач современные цифровые технологии
		ОПК-6.3 Анализирует и интерпретирует полученные данные и решения
ПК-3	Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг	ПК-3.1 Изучает рынок, стоимость товаров и услуг, их характеристики, сегменты рынка
		ПК-3.2 Использует знания конъюнктуры рынка для реализации товаров и услуг, умеет использовать различные методы анализа
		ПК-3.3 Анализирует рынок, предлагает на этой основе определенные товары и услуги, может объяснить систему ценообразования по данным категориям товаров

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Digital-маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Digital-маркетинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Введение в специальность Менеджмент Маркетинг Электронная коммерция "Мягкие" технологии в менеджменте Поведенческая экономика Ознакомительная практика	Международные финансовые отношения в цифровой экономике Развитие профессиональной карьеры в цифровой экономике Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной работы бакалавра
ОПК-3	Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макроуровне	Микроэкономика Макроэкономика Менеджмент Институциональная экономика Мировая экономика (на английском языке) Маркетинг Международные экономические отношения Экономическая география Трансформация финансового менеджмента в условиях цифровизации экономики Электронная коммерция Ценообразование в условиях цифровой экономики	Корпоративные финансы Международный инновационный бизнес Международный IT-бизнес Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной работы бакалавра

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Маркетинговый и SMM анализ в принятии инвестиционных решений Культура коммуникаций в цифровой сфере "Мягкие" технологии в менеджменте Поведенческая экономика Налоговые системы зарубежных стран</p>	
ОПК-6	Способность использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач	<p>Экономическая информатика Трансформация финансового менеджмента в условиях цифровизации экономики Электронная коммерция Электронная коммерция и цифровые рынки Ценообразование в условиях цифровой экономики Компьютерные инструменты в бизнес-аналитике (Big Data) Электронное государство и умный город Цифровая трансформация мировой экономики История экономики Экономика и религия История международных отношений Маркетинговый и SMM анализ в принятии инвестиционных решений Культура коммуникаций в цифровой сфере</p>	<p>Международные финансовые отношения в цифровой экономике Развитие права в условиях цифровой экономики Инновационный менеджмент Рыночный анализ Блокчейн-проектов Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной работы бакалавра</p>
ПК-3	Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг	Электронная коммерция	Преддипломная практика

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Маркетинговый и SMM анализ в принятии инвестиционных решений Культура коммуникаций в цифровой сфере	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной работы бакалавра

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Digital-маркетинг» составляет 2 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		5	6	7	8
Контактная работа, ак.ч.	34			34	
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17			17	
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17			17	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	29			29	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9			9	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72		72	
	зач.ед.	2		2	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Основы цифрового маркетинга.	Тема 1.1. Понятийный аппарат цифрового маркетинга	ЛК
	Тема 1.2. Основные направления, каналы и технологии цифрового маркетинга, структура экосистемы российского цифрового маркетинга.	ЛК, СЗ
Раздел 2. Управление контекстной рекламой в сервисах контекстной рекламы.	Тема 2.1. Принципы контекстной рекламы. Ценообразование в контекстной рекламе.	ЛК,СЗ
	Тема 2.2. Структура рекламного аккаунта. Составление рекламных объявлений. Анализ эффективности рекламной кампании.	ЛК, СЗ
	Тема 2.3. Возможности web аналитики, обзор, настройки и отчеты.	ЛК,СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 3. Цифровая экономика и Big Data.	Тема 3.1. Большие данные и их основные характеристики (объем, скорость, многообразие, достоверность данных, ценность накопленной информации).	ЛК,СЗ
	Тема 3.2. Обработка и хранение больших данных в маркетинге. Программные решения для работы с большими данными.	ЛК,СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	а. 101 Ноутбук Asus F6A Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Проекционный экран ГЕНА 244*244 Экран с электропроводом Draper 203*1 Акустическая система Defender Mercury 35 MkII Телевизор Philips
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	а. 330 Мультимедиа проектор Casio XJ-M250 Экран настенный Digis Dsob-1106
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	а. 21 Системный блок Iru Intel i7 3160 MHz/16 GB/600 GB/DVD/audio Монитор 23" Asus VS239HV Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303 MS Windows 10 64bi Microsoft Office 201 Microsoft Project 201 Expert Systems Корпорация Галакти SAP Смета - стройофис Система БЭСТ-ОФИС SPSS for Windows 7-Zip FastStone Image Viewer FreeCommander Adobe Reader K-Lite Codec Pack
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	а. 327 Мультимедиа проектор Benq MW526 Экран настенный Digis Dsob-1106

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Калугина С.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2018 - 272 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=920502>
2. Кобелев О.А., Пирогов С.В. Электронная коммерция: Учебное пособие [Электронный ресурс]: Дашков и К , 2020 - 682 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358562>
3. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 68 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497224>

4. Маркова В.Д. Цифровая экономика : Учебник [Электронный ресурс] : Инфра-М, 2020 - 186 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=344803>

Дополнительная литература:

1. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] : М.:Издательство Юрайт, 2019 - 384 - Режим доступа:<https://biblio-online.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-428807>
2. Ткаченко Е.А., Захарова К.А. Ловись, клиент, большой и маленький : пособие для интернет-маркетологов : Практическое пособие [Электронный ресурс] : Инфра-Инженерия, 2019 - 212 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=346713>
3. Кеннеди Дэн. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум : Учебное пособие [Электронный ресурс], 2017 - 344 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=1002298>
4. Кузьмина О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика рекламы : Учебное пособие [Электронный ресурс] : РИОР, 2018 - 187 - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=953324>
5. Мелькин Н.В., Горяев К.С. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов [Электронный ресурс] : Инфра-Инженерия, 2017 - 268 - Режим доступа:<https://znanium.com/catalog/document?id=303061>
6. Эйнштейн М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете [Электронный ресурс]: Альпина Паблишер, 2017 - 301 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=333538>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Digital-маркетинг».
2. Задания по дисциплине «Digital-маркетинг».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Digital-маркетинг» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Доцент

Должность, БУП

Главина С.Г.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Декан

Наименование БУП

Мосейкин Ю.Н.

Фамилия И.О.

Руководитель программы



Глинская М.В.