



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра рекламы и связей с общественностью**

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана факультета бизнес-коммуникаций  
и информатики

М.Г. Синчурина

«24» апреля 2024 г

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.О.30 Цифровой маркетинг**

*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))*

Направление подготовки:

**42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью**

*(код, наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) подготовки:

**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

*(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий\*))*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы и связей с общественностью:

Протокол № 7 от «24» апреля 2024 г.

Протокол № 8 от «22» апреля 2024 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

. Рабинович

## СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов .....	5
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	6
4.3 Содержание учебного материала .....	11
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ .....	11
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов .....	12
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов .....	14
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....	18
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	18
а) основная литература .....	18
б) дополнительная литература .....	19
в) периодическая литература .....	19
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы .....	19
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	20
6.1. Учебно-лабораторное оборудование .....	20
6.2. Программное обеспечение .....	22
6.3. Технические и электронные средства .....	22
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	22
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	26
8.1. Оценочные средства текущего контроля .....	26
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....	29

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Цели:** Формирование у студентов целостного представления об использовании современных интернет-технологий в рекламной и маркетинговой деятельности, а также получение практических навыков для использования их в рекламных и маркетинговых целях в сети Интернет.

**Задачи:** Изучение основных понятий цифрового маркетинга, ознакомление с эффективными механизмами и технологиями для создания рекламы и продвижения бизнеса в сети Интернет.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Цифровой маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина «цифровой маркетинг» относится к базовой части учебного плана. Данная дисциплина является предшествующей для написания выпускной квалификационной работы, и осваивается одновременно с дисциплиной Технология производства рекламного и PR продукта.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Основы презентации в компьютерных технологиях;
- Основы дизайна;
- Методы поиска творческих идей;
- Брендинг;
- Управление проектами;
- Русский язык и культура речи;
- Основы теории коммуникации;
- Правоведение;
- Современные информационные технологии;
- Информатика;
- Основы интегрированных коммуникаций;
- Инфографика и визуализация данных;
- Основы компьютерной графики;
- Теория и практика массовой информации;
- Копирайтинг;
- Маркетинг;
- Психология массовых коммуникаций;
- Организация рекламных и пиар-кампаний;
- Профессионально-ознакомительная;
- Адаптивные информационные технологии.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Профессионально-творческая;
- Преддипломная практика;
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;

— Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

### **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

#### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
	ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
	ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

### **IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**

Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа, в том числе 44 часа на контроль, из них 36 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 59 часов контактной работы и 86 часов самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой, экзамен.

**4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов**

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа		
			Лекции (из них электронные часы)	Семинарские (практические) занятия (из них электронные часы)	Консультации			
<b><i>Сущность цифрового маркетинга</i></b>			<b>10 (12)</b>	<b>20 (12)</b>	<b>0</b>	<b>30</b>		
1	Введение в цифровой маркетинг. Понятие и особенности	6	2 (2)	2 (2)	0	2		
2	Особенности работы с цифровой аудиторией социальных медиа	6	2 (2)	2 (2)	0	4		
3	Метрики и способы работы с ними	6	2 (2)	2 (2)	0	2		
4	Классификация контента в социальных медиа	6	2 (2)	6 (2)	0	10		
5	Эффективные формы и форматы контента в социальных сетях. Работа в мобильных приложениях для создания контента	6	0 (2)	6 (2)	0	10		
6	Работа с брифами и техническими заданиями	6	2 (2)	2 (2)	0	2		
<b><i>Инструменты цифрового маркетинга</i></b>			<b>6 (4)</b>	<b>14 (4)</b>	<b>0</b>	<b>20</b>		
7	Маркетинг в социальных сетях (SMM)	6	4 (2)	8 (2)	0	10		

8	Таргетированная реклама	6	2 (2)	6 (2)	0	10	
<b>Итого за 6 семестр</b>			<b>16 (16)</b>	<b>34 (16)</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>ЗаО (8)</b>
<i>Инструменты цифрового маркетинга</i>			<i>18 (1)</i>	<i>54 (26)</i>	<i>0</i>	<i>36</i>	
9	Маркетинг влияния	7	2 (0)	8 (2)	0	4	
10	Событийный маркетинг	7	2 (0)	6 (2)	0	4	
11	Геймифицированный маркетинг	7	2 (0)	6 (2)	0	2	
12	Продвижение сайтов при помощи SEO и контекстной рекламы	7	4 (1)	8 (6)	0	4	
13	Email маркетинг	7	2 (0)	6 (4)	0	6	
14	Контент маркетинг	7	2 (0)	6 (4)	0	6	
15	Нативная реклама	7	2 (0)	6 (2)	0	4	
16	Мессенджер маркетинг	7	2 (0)	8 (4)	0	6	
<b>Итого за 7 семестр</b>			<b>18 (1)</b>	<b>54 (26)</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>Экз (36)</b>
<b>Итого часов</b>			<b>34 (17)</b>	<b>88 (42)</b>	<b>0</b>	<b>86</b>	

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно - методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- нием ДОТ)		

6	Введение в цифровой маркетинг. Понятие и особенности	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление глоссария</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач</p>	Февраль	2 (2)	Тест, Пз	ЭОС
6	Особенности работы с цифровой аудиторией социальных медиа	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач</p>	Февраль	4 (4)	Тест, Пз	ЭОС
6	Метрики и способы работы с ними	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач</p>	Март	2 (2)	Тест, Пз, Гл	ЭОС
6	Классификация контента в социальных медиа	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач</p>	Март	10 (10)	Тест, Пз	ЭОС

6	Эффективные формы и форматы контента в социальных сетях. Работа в мобильных приложениях для создания контента	<p><b>Для овладения знаниями:</b> использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Весь семестр	10 (10)	Пз	ЭОС
6	Работа с брифами и техническими заданиями	<p><b>Для овладения знаниями:</b> конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач</p>	Апрель	2 (2)	Пз	ЭОС
6	Маркетинг в социальных сетях (SMM)	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Апрель	10 (10)	Тест, Пз	ЭОС
6	Таргетированная реклама	<p><b>Для овладения знаниями:</b> конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Май	10 (10)	Тест, Пз	ЭОС



7	Маркетинг влияния	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Сентябрь	4 (4)	Тест, Пз	ЭОС
7	Событийный маркетинг	<p><b>Для овладения знаниями:</b> конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Сентябрь	4 (4)	Тест, Пз	ЭОС
7	Геймифицированный маркетинг	<p><b>Для овладения знаниями:</b> конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Октябрь	2 (2)	Тест, Пз	ЭОС
7	Продвижение сайтов при помощи SEO и контекстной рекламы	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Октябрь	4 (4)	Пз	ЭОС

7	Email маркетинг	<p><b>Для овладения знаниями:</b> конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Ноябрь	6 (6)	Тест, Пз	ЭОС
7	Контент маркетинг	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Ноябрь	6 (6)	Тест, Пз	ЭОС
7	Нативная реклама	<p><b>Для овладения знаниями:</b> конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Декабрь	4 (4)	Тест, Пз	ЭОС
7	Мессенджер маркетинг	<p><b>Для овладения знаниями:</b> конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, ответы на контрольные вопросы</p> <p><b>Для формирования умений:</b> решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	Декабрь	6 (6)	Тест, Пз	ЭОС
<b>Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)</b>				<b>86</b>		

<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>	<b>86</b>		
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>	<b>86</b>		

### 4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	7
Наименование основных разделов (модулей)	Сущность цифрового маркетинга Инструменты цифрового маркетинга Инструменты цифрового маркетинга
Формы текущего контроля	Тест, практическое задание, глоссарий по предмету
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой, экзамен

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Анализ целевой аудитории	2 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
2	2	Определение ToV и СТА	2 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
3	3	Рекламные площадки для рекламных интеграций	2 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2
4	4	Составление продающего текста	6 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
5	5	Последовательная визуализация. Рекламная публикация	6 (2)	Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
6	6	Составление брифа	2 (2)	Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
7	7	Виды контента	8 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
8	8	Настройка рекламного объявления в таргетированном кабинете vk	6 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
9	9	Анализ лидеров мнений	8 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
10	10	Виджеты	6 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
11	11	Механики розыгрышей	6 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
12	12	Составление рубрик и подбор ключевых слов	8 (6)	Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
13	13	Построение цепочек писем для email-маркетинга	6 (4)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
14	14	Аудит сайта	6 (4)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
15	15	Нативная реклама в интернет изданиях	6 (2)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
16	16	Установка чат-бота	8 (4)	Тест, Пз	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2

**4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов**

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Введение в цифровой маркетинг. Понятие и особенности	Подробный анализ конкурентов	ОПК-4, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
2	Особенности работы с цифровой аудиторией социальных медиа	Создание контент-плана и подробный анализ контента	ОПК-4, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
3	Метрики и способы работы с ними	Анализ эффективности конкурента. Глоссарий по метрикам интернет-маркетинга	ОПК-4, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
4	Классификация контента в социальных медиа	Анализ контента конкурента	ОПК-4, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
5	Эффективные формы и форматы контента в социальных сетях. Работа в мобильных приложениях для создания контента	Фирменное оформление контента	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
6	Работа с брифами и техническими заданиями	Составление технического задания	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
7	Маркетинг в социальных сетях (SMM)	Сложные виды контента	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
8	Таргетированная реклама	Оффер и креатив для таргетированной рекламы	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
9	Маркетинг влияния	Техническое задание для лидера мнений	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
10	Событийный маркетинг	Оформления события в социальных сетях	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
11	Геймифицированный маркетинг	Игровые механики	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
12	Продвижение сайтов при помощи SEO и контекстной рекламы	Настройка контекстной рекламы	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
13	Email маркетинг	Письмо для email-маркетинга	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
14	Контент маркетинг	Рекламный лендинг	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
15	Нативная реклама	Нативная реклама (статья)	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2
16	Мессенджер маркетинг	Анализ чат-бота	ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

**Подготовка к лекции.** Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к практическому занятию.** Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют

найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к контрольной работе.** Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

**Подготовка к экзамену.** Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

#### **Формы внеаудиторной самостоятельной работы**

**Составление глоссария** Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Разработка проекта** (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и



средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

**Информационный поиск** Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

**Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания

учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **а) основная литература**

1. Вирин, Федор. Интернет-маркетинг [Текст] : полный сб. практических инструментов / Ф. Вирин. - М. : Эксмо, 2010. - 222 с. ; 21 см. - (Интернет: технологии получения прибыли). - ISBN 978-5-699-42302-6 : 200.00 р.

2. Заррелла, Дэн. Интернет-маркетинг по науке [Электронный ресурс] / Д. Заррелла. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 177 с. ; нет. - ЭБС "Рукопт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-00057-122-4 : Б. ц.

3. Интернет-маркетинг [Текст] : учеб. для академ. бакалавриата : учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. напр. и спец. / Правительство РФ, Фин. ун-т ; ред. О. Н. Романенкова. - М. : Юрайт, 2014. - 288 с. : ил. ; 24 см. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 265. - ISBN 978-5-9916-4092-3 : 349.03 р.

4. Интернет-маркетинг [Текст] : учеб. для академ. бакалавриата : для студ. вузов, обуч. по экон. направл. и спец. / Фин. ун-т при Правительстве Рос. Фед. ; под общ. ред. О. Н.

Романенковой. - М. : Юрайт, 2015. - 288 с. : ил., табл. ; 25 см. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 265-267. - ISBN 978-5-9916-5508-8 : 382.14 р.

5. Жильцова, Ольга Николаевна. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / О. Н. Жильцова. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 288 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-03138-6 : 3000.00 р.

6. Инновационный маркетинг [Текст] : учеб. для бакалавриата и магистратуры / ред. С. В. Карпова. - М. : Юрайт, 2019. - 457 с. : ил., табл. ; 24 см. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Библиогр.: с. 376-377. - ISBN 978-5-534-00354-3 : 1143.72 р.

7. Баранов, Андрей Е. Интернет-психология [Текст] : научное издание / А. Е. Баранов. - М. : Риор ; М. : Инфра-М, 2017. - 264 с. : ил. ; 20 см. - ISBN 978-5-369-01000-6. - ISBN 978-5-16-006488-8 : 454.14 р.

8. Устюжанина, Д. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д. А. Устюжанина. - Электрон. текстовые дан. - Красноярск : СФУ, 2019. - 120 с. - ЭБС "Лань". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-7638-3995-1 : Б. ц.

#### **б) дополнительная литература**

1. Калюжнова, Надежда Яковлевна. Современные модели маркетинга [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2020. - 170 с. ; 22 см. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-08407-8 : 398.52 р.

#### **в) периодическая литература**

Нет.

#### **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. ООО «Электронное издательство Юрайт». Лицензионный контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Акт приема-передачи № 5684 от 18.10.2021; Срок действия по 17.10. 2022 г. доступ: <https://urait.ru/>

2. ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 60 от 23.09.2020г. Акт приема-передачи № 3263 от 18.10.2020; Срок действия по 17.10. 2021 г. доступ: <https://urait.ru/>

3. ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от

14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>  
 — ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>  
 — ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № бК-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>  
 — ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>  
 — Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>  
 — УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>  
 — Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

## **VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Учебно-лабораторное оборудование**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
---	---	--

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcdmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
--	---	--

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014  Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)  Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

### 6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2019	Условия правообладателя

### 6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
---------------------	---

Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1	Введение в цифровой маркетинг. Понятие и особенности	Лекция, семинар	Разноуровневое обучение, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	4
2	Особенности работы с цифровой аудитории социальных медиа	Лекция, семинар	Разноуровневое обучение, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	4

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
3	Метрики и способы работы с ними	Лекция, семинар	Разноуровневое обучение, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	4
4	Классификация контента в социальных медиа	Лекция, семинар	Разноуровневое обучение, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	8
5	Эффективные формы и форматы контента в социальных сетях. Работа в мобильных приложениях для создания контента	Практическая работа	Проектные методы обучения, Информационно-коммуникационные технологии, Разноуровневое обучение	6
6	Работа с брифами и техническими заданиями	Лекция, семинар	Разноуровневое обучение, Проектные методы обучения, Информационно-коммуникационные технологии, Разноуровневое обучение	4
7	Маркетинг в социальных сетях (SMM)	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	12
8	Таргетированная реклама	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	8



№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
9	Маркетинг влияния	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	10
10	Событийный маркетинг	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	8
11	Геймифицированный маркетинг	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	8
12	Продвижение сайтов при помощи SEO и контекстной рекламы	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	12

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
13	Email маркетинг	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	8
14	Контент маркетинг	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	8
15	Нативная реклама	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	8
16	Мессенджер маркетинг	Лекция, семинар	Проектные методы обучения, Проблемное обучение, Разноуровневое обучение, Исследовательские методы в обучении, Лекционно-семинарскозачетная система, Информационно-коммуникационные технологии	10

**VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### 8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Тест	<p>Введение в цифровой маркетинг. Понятие и особенности.</p> <p>Особенности работы с цифровой аудиторией социальных медиа.</p> <p>Метрики и способы работы с ними.</p> <p>Классификация контента в социальных медиа.</p> <p>Маркетинг в социальных сетях (SMM).</p> <p>Таргетированная реклама.</p> <p>Маркетинг влияния.</p> <p>Событийный маркетинг.</p> <p>Геймифицированный маркетинг.</p> <p>Email маркетинг.</p> <p>Контент маркетинг.</p> <p>Нативная реклама.</p> <p>Мессенджер маркетинг.</p>	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2
2	Практическое задание	<p>Введение в цифровой маркетинг. Понятие и особенности.</p> <p>Особенности работы с цифровой аудиторией социальных медиа.</p> <p>Метрики и способы работы с ними.</p> <p>Классификация контента в социальных медиа.</p> <p>Эффективные формы и форматы контента в социальных сетях.</p> <p>Работа в мобильных приложениях для создания контента.</p> <p>Работа с брифами и техническими заданиями.</p> <p>Маркетинг в социальных сетях (SMM).</p> <p>Таргетированная реклама.</p> <p>Маркетинг влияния.</p> <p>Событийный маркетинг.</p> <p>Геймифицированный маркетинг.</p> <p>Продвижение сайтов при помощи SEO и контекстной рекламы.</p> <p>Email маркетинг.</p> <p>Контент маркетинг.</p> <p>Нативная реклама.</p> <p>Мессенджер маркетинг.</p>	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2
3	Глоссарий по предмету	Метрики и способы работы с ними.	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-7.1, ОПК-7.2

## Примеры оценочных средств для текущего контроля

### Демонстрационный вариант теста

1. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что не относится к инструментам цифрового маркетинга?

- a. SMM
- b. SEO
- c. Наружные баннеры и флаеры
- d. Телемаркетинг

2. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Прайм-тайм в контексте цифрового маркетинга - это...

- a. Время наибольшей активности аудитории
- b. Время, когда меньше всего аудитории онлайн
- c. Время, в которое в интернете сидит аудитория с высокими доходами

3. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Выберите из перечисленного метрики, которые позволяют выяснить вовлечённость аудитории

- a. SEO
- b. SMM
- c. ERR
- d. ER
- e. ROI

4. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Какие виды контента существуют в SMM?

a. Информационный, Продающий, Развлекательный, Коммуникационный, Пользовательский

- b. PR, Рекламный, Товарный
- c. Блогерский, Коммерческий, Пользовательский, Официальный, Неофициальный
- d. Смешной, Позитивный, Негативный, Нейтральный

5. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

SMM - это

- a. Succes Marketing Media
- b. Social Media Marketing
- c. Social Managment Marketing

б. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Сколько, по мнению рекламного кабинета Вконтакте, должно быть текста на изображении для эффективного показа объявления в таргетированной рекламе?

- a. 40%
- b. 20%
- c. 50%
- d. текста вообще не должно быть
- e. 10%

## 8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Вопросы к зачету с оценкой:

1. Преимущества и недостатки интернет-маркетинга. Перечислите основные инструменты интернет-маркетинга и их платформы.

2. Особенности маркетинга в социальных сетях. Классификация контента в социальных сетях и их характерные отличия взаимодействия с пользователем.

### Вопросы к экзамену:

1. Особенности работы с цифровой аудиторией. Перечислите основные метрики в интернет-маркетинге и что они измеряют. Как определить эффективного лидера мнений от неэффективного?

2. Перечислите белые, серые и чёрные методы продвижения, чем они отличаются друг от друга? Что такое естественный прирост аудитории и как его добиться? Какие санкции и недостатки последуют из-за применения серых и черных методов продвижения?

### Разработчики:



(подпись)

преподаватель

(занимаемая должность)

С.Е. Андреев

(инициалы, фамилия)



доцент кафедры рекламы

(занимаемая должность)

В.Н. Наконечных

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

Протокол № 8 от «22» апреля 2024 г.

зав. кафедры



В.Ю. Рабинович

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*