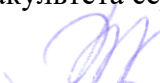




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра сервиса и сервисных технологий

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета сервиса и рекламы

В.К. Карнаухова

«19» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.В.ДВ.04.01 Цифровой маркетинг**
(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис
(код, наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки: **Организационно-управленческая
деятельность в сфере персональных услуг**

Квалификация выпускника – бакалавр

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

Согласовано с УМК факультета
сервиса и рекламы

Рекомендовано кафедрой сервиса и
сервисных технологий :

Протокол № 6 от «19» июня 2019 г.

Протокол № 11 от «05» июня 2019 г.

Председатель  В.К. Карнаухова

зав. кафедрой  Н.А. Антонова

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.....	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	3
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРСотведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	5
4.3 Содержание учебного материала	5
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	6
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	6
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	6
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	9
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	9
а) основная литература	9
б) дополнительная литература.....	9
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.....	9
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	9
6.2. Программное обеспечение:	12
6.3. Технические и электронные средства:	12
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	12
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	13
8.1. Оценочные средства текущего контроля.....	13
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	14

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: Сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний и практических навыков, достаточный по рекламе и продвижению бизнеса в сети Интернет.

Задачи: Изучить основные понятия Digital-маркетинга и Интернет-рекламы, ознакомиться с моделями ведения бизнеса в интернете, освоить методы рекламы и продвижения сайтов 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 предназначена для закрепления знаний и умений в сфере сервиса и практических навыков в области организационно-управленческой деятельности в сфере персональных услуг

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Информатика», «Основы презентации в компьютерных технологиях».

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

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

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-8 Способен решать задачи организационно-управленческой деятельности с применением информационно-коммуникативных технологий, использовать различные источники информации по объекту сервиса	ПК-8.1	Способен использовать информационно-технологические инновации, связанные с внедрением программного обеспечения, авторматизации процессов, новых технических и технологических решений
	ПК-8.1	Способен использовать информационно-технологические инновации, связанные с внедрением программного обеспечения, авторматизации процессов, новых технических и технологических решений

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов, 0 часов на экзамен.

Форма промежуточной аттестации: ЗаО

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и 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	Семинарские (практические занятия)	Консультации			
1.	Раздел 1. Основные понятия Цифровой маркетинга	6	2	6		26	задания	
2.	Раздел 2. Продвижение бизнеса в сети Интернет. Электронный брендинг и маркетинг	6	2	6		26	задания	
Итого часов			4	12		52	ЗаО,4	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
6	Раздел 1. Основные понятия Цифровой маркетинга	Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительная литература; Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа;		26	Задания, опрос	
	Раздел 2. Продвижение бизнеса в сети Интернет. Электронный брендинг и маркетинг	Для формирования умений: рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др. Подготовка к зачету с оценкой		26		
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				52		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				52		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				52		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	2
Наименование основных разделов (модулей)	Раздел 1. Основные понятия Цифровой маркетинга Раздел 2. Продвижение бизнеса в сети Интернет. Электронный брендинг и маркетинг
Формы текущего контроля	тесты, контрольные работы, практические занятия
Форма промежуточной аттестации	ЗаО

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.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	Раздел 1. Основные понятия Цифровой маркетинга	Создание презентации: «Исследование рынка продукта» Создание презентации: «представитель целевой аудитории» Составить глоссарий терминов. Изучить классификацию видов бизнеса. Привести и сравнить примеры продвижения бизнеса в сети Интернет. Составить глоссарий терминов. Привести и сравнить сервисы по переводу денежных средств в сети Интернет.	32	Задания, опрос	ПК-8
2	Раздел 2. Продвижение бизнеса в сети Интернет. Электронный брендинг и маркетинг	Спроектировать собственный бизнес в сети Интернет. Разработать план мероприятий по продвижению товара в сети Интернет. Разработать проект сайта и план мероприятий по его продвижению. Составить медиаплан	32		

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

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Тема 8. Медиаплан	Составление медиаплана	ПК-8	ПК-8.1

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 зачету (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуется делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

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.

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

Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете : учеб. пособие / Д. А. Забегалин, Г. А. Васильев .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .Режим доступа: Руконт.- Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-238-01346-6

б) дополнительная литература

Гаврилов, Л.П. Мобильные телекоммуникации в электронной коммерции и бизнесе / С.В. Соколов, Л.П. Гаврилов .— учеб. пособие .— М. : Издательство "Финансы и статистика", 2006 .— Библиогр. - с. 317-323 Режим доступа: Руконт.- Неогранич. Доступ.

Савельев, А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование : [монография] / А.И. Савельев .— М. : Статут, 2014 . Режим доступа: Руконт.- Неогранич. Доступ — ISBN 978-5-8354-1018-7

Гаврилов, Л.П. Мобильные телекоммуникации в электронной коммерции и бизнесе / С.В. Соколов, Л.П. Гаврилов .— учеб. пособие .— М. : Издательство "Финансы и статистика", 2006 .— Библиогр. - с. 317-323 Режим доступа: Руконт.- Неогранич. Доступ

в) периодическая литература

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

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

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

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

– ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11 2018 г.

– 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.

– ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..

– ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.

– Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

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: Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, 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>OC 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. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
<p>Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения:</p>	<p>OC Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p>

<p>групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской</p>	<p>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.</p>	<p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p>
---	--	---

6.2. Программное обеспечение:

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1.	Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	бессрочно
2.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
3.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	10	Номер Лицензии Microsoft 42095516	27.04.2007	бессрочно
4.	Евфрат-Документооборот, версия 15	20	многопользовательская лицензия № 0221209	2015	бессрочно

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией 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.

Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Лекционно-семинарско-зачетная 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
1	Тема 1. Что такое "Цифровой маркетинг"? Тема 2. Цифровой маркетинг и персонализация бизнеса Тема 3. Виды электронного	пр. занятия	ИКТ	64

	<p>бизнеса. Интернет-магазин и его преимущества. Организация работы Интернет-магазина Тема 4. Электронные платежи Тема 5. Виды продвижения в сети Интернет Тема 6. Имидж продукта и его продвижение. Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия эффективной рекламы. Тема 7. Сайт как средство продвижения Тема 8. Медиаплан</p>			
Итого часов				

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.	Задания, опрос	<p>Раздел 1. Основные понятия Цифровой маркетинга Тема 1. Что такое "Цифровой маркетинг"? Тема 2. Цифровой маркетинг и персонализация бизнеса Тема 3. Виды электронного бизнеса. Интернет-магазин и его преимущества. Организация работы Интернет-магазина Тема 4. Электронные платежи</p> <p>Раздел 2. Продвижение бизнеса в сети Интернет. Электронный брендинг и маркетинг Тема 5. Виды продвижения в сети Интернет Тема 6. Имидж продукта и его продвижение. Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия</p>	ПК-8

		<p>эффективной рекламы.</p> <p>Тема 7. Сайт как средство продвижения</p> <p>Тема 8. Медиаплан</p>	
--	--	---	--

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Задания, опрос

Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену (зачету)

1. Перечислите основные разделы в классификации бизнес-моделей М. Раппа
2. Перечислите модели из раздела «Модель продавца» классификации М. Раппа.
3. Перечислите модели из раздела «Модель производителя» классификации М. Раппа.
4. Перечислите модели из раздела «Модель посредника» классификации М. Раппа.
5. Перечислите модели из раздела «Модель инфопосредника» классификации М. Раппа.
6. Перечислите модели из раздела «Практичная модель» классификации М. Раппа.
7. Перечислите модели из раздела «Модель подписки» классификации М. Раппа.
8. Перечислите модели из раздела «Рекламная модель» классификации М. Раппа.
9. Аудитория Интернет, аудитория отдельных сайтов. Понятия – аудитория Интернет, пользователь, посетитель, сообщество пользователей, аудитория РУНЕТ.
10. Количественные и качественные характеристики мировой и российской сети. Методы изучения, исследовательские компании.
11. Целевая аудитория сайта. Способы сбора и анализа информации по аудитории ресурса. Методология и инструментарий.
12. Какие существуют методы и методики исследования аудитории Интернет? Количественные и качественные?
13. Реклама в интернете, виды, особенности, инструменты рекламы, место рекламы в интернете в общей рекламной практике компании
14. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования, системы управления медийной рекламой
15. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования
16. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования
17. Связь использования различных видов рекламы и типа целевой аудитории
18. Составьте программу коммуникаций в Интернете для проведения в нем рекламной кампании новой модели стиральной машины;
19. Составьте программу коммуникаций в Интернете для проведения в нем рекламной кампании новой модели ноутбука;
20. Составьте программу коммуникаций в Интернете для открытия в Сети корпоративного сайта компании.
21. Корпоративный сайт компании -бизнес-модель сайта, доменное имя, выбор поставщика услуг Интернета, реализация дизайна сайта и его информационного наполнения, инструменты привлечения на него посетителей, инструменты работы с аудиторией.
22. Определение стратегии рекламных коммуникаций для различных продуктов и целевых групп
23. Опишите схему покупки в интернет-магазине.
24. Опишите схему обработки заказа в интернет-магазине.

25. Дайте общую характеристику числа российских Интернет-магазинов и их экономических показателей.
26. Электронные платежные системы: общая характеристика.
27. Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете.
28. Интернет-банкинг. Факторы и направления развития услуг.

Разработчики:



(подпись)

ст.преподаватель

(занимаемая должность)

М.А. Маркина

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры сервиса и сервисных технологий

Протокол № 11 от «05» июня 2019 г.

Зав. кафедрой



Антонова Н.А.

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