

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФУП

УТВЕРЖДАЮ /О.М. Репина/  
(Ф.И.О. декана (директора института))

17.02.2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б.1.1.33 Технологии цифрового маркетинга и веб- аналитика

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки  
(специальность)

38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Организация и управление бизнесом

Курс	4
Семестр	8

**Распределение учебного времени**

Трудоемкость по учебному плану	108 / 3	часов/зачетных единиц
Лекции	20	часов
Лабораторные работы	40	часов
Практические занятия	-	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	60	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	48	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	8	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент

Программу составили:

доцент, кандидат наук	МиБ	СОГЛАСОВАНО	О.С. Белокур
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина  
Кафедра менеджмента и бизнеса

(наименование кафедры)		
22.01.2025	протокол №	4
(дата)		
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	В.В. Двоеглазов
		(И.О. Фамилия)

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	В.В. Двоеглазов
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	И.А. Сбоева
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Мокеичев Алексей Николаевич, к.э.н., директор ООО "Принтекс"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 28.02.2025 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

## Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ОПК-5.1 Понимает основные принципы работы с данными, применяет современный инструментарий анализа данных на базовом уровне, в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при решении задач анализа данных.	<b>знания:</b> Знает основные понятия и инструменты цифрового маркетинга и продвижения; содержание, ключевые этапы и инструменты брендинга фирмы; виды и подходы к построению каналов продаж, виды и технологии работы с маркетинг-плейсами, технологии веб-аналитики. <b>умения:</b> Умеет разрабатывать стратегии, проекты и решения по продвижению продуктов фирмы, построению каналов продаж с использованием инструментария цифрового маркетинга; анализировать эффективность использования инструментов цифрового маркетинга на основе данных веб-аналитики. <b>навыки:</b> Владеет навыками проектирования стратегии и решений по продвижению продуктов фирмы, построению каналов продаж с использованием инструментария цифрового маркетинга; сбора и анализа данных об эффективности инструментов цифрового маркетинга с использованием технологий веб-аналитики.
2. ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Оценивает возможности и целесообразность использования цифровых технологий в деятельности организации, использует современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач.	<b>знания:</b> Знает основные понятия и технологии Social media marketing; подходы и инструменты проектирования веб-ресурсов; возможности и инструменты графического редактора Figma <b>умения:</b> Умеет проектировать веб-ресурсы, в том числе с использованием инструментария Social media marketing, веб-конструкторов, графического редактора Figma; применять инструментарий Social media marketing для продвижения и продаж продукта, решения профессиональных задач <b>навыки:</b> Владеет навыками проектирования веб-ресурсов, настройки таргетинговой рекламы, применения инструментария Social media marketing, графического редактора Figma для продвижения и продаж продукта, решения профессиональных задач

## Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания

предшествующих дисциплин: Информационные технологии (ОПК-5), Моделирование экономических процессов (ОПК-5), Цифровая трансформация бизнеса (ОПК-5), Информационные технологии (ОПК-6), Цифровая трансформация бизнеса (ОПК-6)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих практиках: Преддипломная практика (ОПК-5), Преддипломная практика (ОПК-6); государственной итоговой аттестации в форме: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-5), Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-6)

### Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: лекционные занятия, практические и лабораторные занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, задания, классическая лекция, мини-проекты

### Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 8 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Основные понятия и инструменты цифрового маркетинга</b>	<b>24</b>	ОПК-5, ОПК-6
Лекция. Основные понятия и тренды в сфере цифрового маркетинга. Инструменты цифрового маркетинга	2	
Лекция. Цифровые технологии в сфере брендинга стартапа	2	
Лабораторная работа. Аудит инструментов цифрового маркетинга	2	
Лабораторная работа. Сравнительный анализ брендов	2	
Лабораторная работа. Цифровые технологии брендинга стартапа	4	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение 1) повторение лекционного материала, изучение дополнительных материалов на основе рекомендуемых источников, литературы; 2) подготовка к практическим работам на основе повторения лекционного материала, изучения рекомендуемых источников; 3) выполнение домашних заданий, оформление практических работ, подготовка к их защите; 4) подготовка к контрольной работе.	12	ОПК-5, ОПК-6
<b>Технологии Social Media Marketing</b>	<b>36</b>	
Лекция. Понятие и инструменты Social media marketing	2	
Лекция. Понятие и технологии SEO	2	
Лекция. Технологии колористики в веб-дизайне	2	
Лекция. Понятие и технологии таргетинговой рекламы	2	
Лабораторная работа. Основы Social media marketing. Создание	2	

сообщества в социальной сети		
Лабораторная работа. Технологии SEO в социальных сетях	2	
Лабораторная работа. Контент-маркетинг сообщества в социальной сети	4	
Лабораторная работа. Настройка таргетинговой рекламы в социальной сети	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение 1) повторение лекционного материала, изучение дополнительных материалов на основе рекомендуемых источников, литературы; 2) подготовка к практическим работам на основе повторения лекционного материала, изучения рекомендуемых источников; 3) выполнение домашних заданий, оформление практических работ, подготовка к их защите; 4) подготовка к контрольной работе.	18	
<b>Проектирование веб-ресурсов</b>	<b>48</b>	ОПК-5, ОПК-6
Лекция. Понятие, бизнес-модели и подходы к проектированию веб-ресурса	2	
Лекция. Графический редактор Figma: основные понятия, функции и инструменты	2	
Лекция. Понятие, структура и инструменты создания лендинга	2	
Лекция. Понятие, характеристики и технология работы на маркетплейсах	2	
Лабораторная работа. Работа с векторными формами в графическом редакторе Figma	4	
Лабораторная работа. Работа с изображениями в графическом редакторе Figma	4	
Лабораторная работа. Проектирование логотипа	2	
Лабораторная работа. Проектирование лендинга с использованием инструментария графического редактора	6	
Лабораторная работа. Проектирование карточки товара на маркетплейсе	4	
Лабораторная работа. Разработка проекта выхода на маркетплейс	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение 1) повторение лекционного материала, изучение дополнительных материалов на основе рекомендуемых источников, литературы; 2) подготовка к практическим работам на основе повторения лекционного материала, изучения рекомендуемых источников; 3) выполнение домашних заданий, оформление практических работ, подготовка к их защите; 4) подготовка к контрольной работе, к балльно-рейтинговому контролю.	18	
Иная контактная работа: дифференцированный зачет (БРК)	0	

## Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

**Занятия лекционного типа** дают систематизированные знания по дисциплине, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации. Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом лабораторного занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины.

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе.

## Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
<b>УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ</b>		
1.	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Акулич М. В. Москва: Дашков и К, 2021. - 352 с. ISBN 978-5-394-04250-8.	<a href="https://e.lanbook.com/book/229319">https://e.lanbook.com/book/229319</a>
2.	Синяева, И. М. Маркетинг в коммерции [Электронный ресурс] : учебник / Синяева И. М., Земляк С. В., Синяев В. В. 6-е изд. Москва: Дашков и К, 2021. - 548 с. ISBN 978-5-394-04449-6.	<a href="https://e.lanbook.com/book/229424">https://e.lanbook.com/book/229424</a>
3.	Зубкова, Н. В. Маркетинг инноваций [Электронный ресурс] : учеб.-методическое пособие / Зубкова Н. В. Тольятти: ТГУ, 2019. - 125 с.	<a href="https://e.lanbook.com/book/139916">https://e.lanbook.com/book/139916</a>
<b>ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ</b>		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	<a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ</b>		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
2.	Информационно-правовой портал Гарант	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>
3.	Профессиональные справочные системы Техэксперт	<a href="http://www.cntd.ru">http://www.cntd.ru</a>

### 6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	513 (I)	Персональный компьютер 1 в сборе PowerCool (1), Персональный компьютер в сборе PowerCool(Core i3-8100/H310/16GbDDR4/HDD 0.5Tb/23"6 АОС/кл.мышь/пач-корд 3м) (13), ПК ICL RAY S902.1 ,клавиат.,мышь.монитор ViewSonic 22" VA2232W-LED (14), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
2.	515 (I)	Мультимедийный проектор Hitachi CP-X440 (1), ПК Моноблок RAMEC GALE Custom 21,5"/i3-3240/H61M/4DDR3/500SATA3/клав .,мышь (29), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

## Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый	Обучающийся имеет знания основного материала,	удовлет-

уровень	проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	ворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

### 7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

### 7.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

1. В рамках PPC (Pay per Click, плата за клик) могут быть реализованы инструменты...

- а) SEO
- б) таргетинговая реклама
- в) медийная реклама
- г) контекстная реклама

2. Одностраничный сайт с презентацией какого-либо товара, услуги или сервиса называется...

- а) интернет-магазин
- б) лендинг



в) баннер

г) сайт-витрина

3. Реклама, настроенная на определенную аудиторию (видимая только тем пользователям, которые подходят по заданным рекламодателем параметрам) называется...

а) SEO

б) мобильной

в) таргетинговой

г) вирусной

4. Использование при оформлении интернет-ресурса трех цветов, расположенных на вершинах равностороннего треугольника, вписанного в цветовой круг, предполагает \_\_\_\_\_ цветовая схема.

а) монохромная

б) аналоговая

в) триадная

г) комплиментарная

5. Для товаров с высокой оборачиваемостью лучше подходит схема фулфилмента ...

а) экспресс-доставка силами продавца

б) продажа со склада продавца

в) продажа со склада маркетплейса

г) доставка со склада силами продавца

## Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы для проведения балльно-рейтингового контроля

1. Понятие и тенденции в области цифрового маркетинга
2. Инструменты цифрового маркетинга
3. Понятие и инструменты PPC (Pay per click)
4. Понятие, содержание и бизнес-модели интернет-ресурсов
5. Понятие, цели и задачи Social media marketing (SMM)
6. Площадки Social media marketing (SMM)
7. Инструменты Social media marketing (SMM)
8. Ключевые этапы и технологии Social media marketing (SMM)
9. Понятие и технология SEO-оптимизации

10. Понятие и технология создания семантического ядра
11. Этапы и технология SEO-оптимизации сообщества Вконтакте
12. Сущность и технологии таргетинговой рекламы
13. Понятие и технология контекстной рекламы
14. Теория цвета в веб-дизайне. Цветовые круги и модели.
15. Психологическое восприятие цветов. Применение колористики в цифровом маркетинге.
16. Цветовые схемы в цифровом маркетинге
17. Подходы к проектированию веб-ресурса
18. Графический редактор Figma: основные понятия, функции и инструменты
19. Понятие, структура и инструменты создания лендинга
20. Понятие и характеристики маркетплейсов
21. Понятие и схемы фулфилмента на маркетплейсах
22. Порядок выхода на маркетплейс
23. Технология создания карточки товара
24. Содержание и технология контент маркетинга
25. Понятие и инструменты вирусного маркетинга