

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Факультет «Высшая школа корпоративного управления»  
(наименование факультета)

Кафедра международной коммерции  
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНО

Декан ВШКУ

Календжян С.О.

Электронная подпись

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.17 «Digital -маркетинг»  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.06 Торговое дело  
(код, наименование направления подготовки)

«Цифровизация бизнеса и электронная торговля»  
(профиль)

Бакалавр  
(квалификация)

Очная  
(форма обучения)

Год набора – 2021  
Москва, 2020 г.

**Автор–составитель:**

Старший преподаватель

*(ученая степень и(или) ученое звание, должность)*

Черепанова Ю.С.

*(Ф.И.О.)*

Заведующий кафедрой

международной коммерции д.э.н., профессор

*(наименование кафедр (ученая степень и(или) ученое звание )*

Саламатов В.Ю.

*(Ф.И.О.)*

## СОДЕРЖАНИЕ

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	2
2.Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	7
3.Содержание и структура дисциплины.....	8
4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине .....	11
5.Методические материалы для освоения дисциплины .....	25
6.Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" .....	27
6.1. Основная литература.....	27
6.2. Дополнительная литература .....	28
6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация .....	28
6.4. Интернет-ресурсы.....	28
6.5. Иные источники.....	29
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	29

### **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

1.1.Дисциплина Б1.В.17 «Digital-маркетинг» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс ОС-1	Способен к организации логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок	ПКс ОС-1.1	Осуществляет составление графиков грузопотоков, определение способов доставки, вида транспорта, организацию планирования услуг, этапов, сроков доставки, формирование пакета документов для отправки груза и контроль поступления информации о прибытии груза
		ПКс ОС-1.2	Осуществляет организацию работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг
ПКс ОС-2	Способен к управлению реализацией стратегии интернет-продвижения	ПКс ОС-2.1	Осуществляет проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
		ПКс ОС-2.2	Согласует с заказчиком показатели эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Осуществляет организацию и проведение электронных рассылок
ПКс ОС-4	Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс ОС-4.1	Организует работу по созданию и редактированию контента сайта, ведет контроль за его наполнением, вносит локальные изменения структуры сайта
		ПКс ОС-4.2	Проводит анализ информационных потребностей посетителей сайта и формирует отчетность по сайту
		ПКс ОС-4.3	Осуществляет поддержку процессов модернизации и продвижения сайта

1.1. В результате освоения дисциплины Б1.В.17 «Digital-маркетинг» у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-40.049 В/01.6 Организация логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок	ПКс ОС-1.1	<p><b>на уровне знаний:</b></p> <p>Основы логистики и управления цепями поставок</p> <p>Цели компании, распределение обязанностей в подразделении</p> <p>Корпоративные информационные системы</p> <p>Методология организации перевозок грузов в цепи поставок</p> <p>Нормативные правовые акты, регламентирующие перевозки</p> <p>Особенности перевозки специальных, опасных, негабаритных грузов различными видами транспорта</p> <p>Правила перевозки грузов по видам транспорта</p> <p>Правила и порядок оформления транспортно-</p>

		<p>сопроводительных, транспортно-экспедиционных документов</p> <p><b>на уровне умений:</b>  Анализировать информацию и оперативно формировать отчеты о результатах перевозки  Анализировать и проверять документы на соответствие правилам и порядку оформления транспортно-сопроводительных, транспортно-экспедиционных, страховых и претензионных документов, договоров, соглашений, контрактов</p> <p><b>на уровне навыков:</b>  Составление графиков грузопотоков, определение способов доставки, вида транспорта  Организация планирования услуг, этапов, сроков доставки  Организация формирования пакета документов для отправки груза  Контроль поступления информации о прибытии груза</p>
<p>ПС-40.049  В/02.6  Организация работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг</p>	<p>ПКс ОС-1.2</p>	<p><b>на уровне знаний:</b>  Принципы прогнозирования и планирования в логистике  Порядок разработки договоров, соглашений, контрактов  Нормативные документы по организации конкурсных процедур  Основные компании-партнеры, их руководство и непосредственные исполнители  Нормативные документы организаций-перевозчиков  Профессиональные термины на иностранном языке (INCOTERMS, EDI)  Порядок оказания логистической услуги  Основы корпоративного документооборота</p> <p><b>на уровне умений:</b>  Оперативно проводить анализ рынка подрядчиков в условиях недостаточности информации  Вести переговоры с подрядчиками в условиях дефицита времени  Проводить конкурсные процедуры  Владеть иностранным языком на уровне, необходимом для компетентного решения производственных задач</p> <p><b>на уровне навыков:</b>  Мониторинг рынка подрядчиков  Проведение конкурсов по выбору подрядчиков  Договорная работа с подрядчиками  Контроль качества оказания услуг подрядчиком  Определение списка необходимых услуг на транспортном рынке  Выбор подрядчика на основе критериального анализа  Заключение договоров с подрядчиками - транспортно-экспедиционными организациями</p>
<p>ПС-06.043  J/01.6  Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>ПКс ОС-2.1</p>	<p><b>на уровне знаний:</b>  Особенности оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин  Особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем  Особенности функционирования современных медийных площадок  Особенности функционирования социальных медиа  Основы гипертекстовой разметки  Основы функционирования основных систем управления веб-сайтами</p> <p><b>на уровне умений:</b>  Распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения в информационно-</p>

		<p>телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Взаимодействовать с участниками работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Проверять результаты выполнения работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и контролировать их соответствие выданному заданию</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Составление технических заданий на установку кодов счетчиков веб-аналитики на веб-сайт</p> <p>Составление заданий специалистам на реализацию стратегии продвижения</p> <p>Контроль реализации стратегии специалистами</p> <p>Контроль показателей эффективности продвижения, согласованных с заказчиком</p>
<p>ПС-06.043</p> <p>I/02.6</p> <p>Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	ПКс ОС-2.2	<p><b>на уровне знаний:</b></p> <p>Принципы и методы проведения деловых переговоров</p> <p>Основы эффективной коммуникации</p> <p>Современные правила и стандарты составления технической документации</p> <p><b>на уровне умений:</b></p> <p>Обосновывать свою точку зрения</p> <p>Проводить переговоры</p> <p>Составлять аналитические записки</p> <p>Использовать профессиональные системы, программы и сервисы для формирования бюджета</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком</p> <p>Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Распределение бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" между различными каналами продвижения</p>
<p>ПС-06.013</p> <p>C/01.6</p> <p>Организация работ по созданию и редактированию контента</p>	ПКс ОС-4.1	<p><b>на уровне знаний:</b></p> <p>Основные принципы и технологии управления проектами</p> <p>Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента</p> <p>Основы менеджмента</p> <p><b>на уровне умений:</b></p> <p>Составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации</p> <p>Работать с большими объемами информации</p> <p>Вести документацию по проектам и работам</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Планирование работ по наполнению сайта</p> <p>Подготовка заданий для исполнителей</p> <p>Распределение работы по созданию и редактированию контента</p> <p>Координация работы по созданию и редактированию контента</p> <p>Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний</p> <p>Документирование сведений о процессах и результатах выполнения работ различными исполнителями</p>
<p>ПС-06.013</p> <p>C/05.6</p> <p>Анализ информационных потребностей посетителей сайта</p>	ПКс ОС-4.2	<p><b>на уровне знаний:</b></p> <p>Терминология и ключевые параметры веб-статистики</p> <p>Основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов</p> <p>Популярные сервисы для сбора веб-статистики</p> <p><b>на уровне умений:</b></p>

		Анализировать структурированную и неструктурированную информацию Работать с большими объемами информации Владеть популярными сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта Владеть функциями CMS и социальных сетей для оценки посещаемости <b>на уровне навыков:</b> Общий анализ посещаемости сайта Выявление наиболее популярных страниц Определение обобщенных характеристик аудитории сайта Анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта Оценка эффективности работы сайта на основе имеющихся данных Выработка решения (рекомендации) по наполнению сайта контентом
ПС-06.013 С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	ПКс ОС-4.3	<b>на уровне знаний:</b> Основные процессы и методы разработки веб-сайтов Основные понятия и методы поисковой оптимизации <b>на уровне умений:</b> Формулировать требования к структуре и сервисам веб-сайта Моделировать (описывать) бизнес-процессы Тестировать функциональность сайта <b>на уровне навыков:</b> Внутренняя поисковая оптимизация информационных ресурсов Формирование предложений по развитию сайта Поддержание процессов проектирования сайта и анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта Поддержание процессов разработки и тестирования новой функциональности веб-сайта, систем управления контентом Поддержание процессов опытной эксплуатации веб-сайта

## 2.Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.17 «Digital-маркетинг» в соответствии с учебным планом направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Цифровизация бизнеса и современная торговля» изучается в 7-м семестре на 4-м курсе как дисциплина вариативной части. Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее - ДОТ).

Дисциплина Б1.В.17 «Digital-маркетинг» опирается на материал, изученный в рамках следующих дисциплин: Б1.В.07 Анализ поведения потребителей (3 курс 6 семестр), Б1.Б.17 Информационные технологии в профессиональной деятельности (3 курс 6 семестр).

Дисциплина Б1.В.17 «Digital-маркетинг» является опорой при прохождении производственной практики, НИР и написания ВКР.

Общая трудоемкость дисциплины 3 зачетных единицы (108/81 час.)

По дисциплине Б1.В.17 «Digital-маркетинг» выделяется (академический час./астрономич.час.):

на контактную работу с преподавателем выделяется 32/24 час, в том числе:

- лекции – 16/12
- практические занятия – 16/12
- консультации - 2/1,5

на самостоятельную работу обучающихся – 38/29

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Данная дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ). Распределение видов учебной работы, форматов текущего контроля представлены в таблице:

Вид учебной работы	Формат проведения
Практические занятия	Частично с применением ДОТ
Самостоятельная работа	Частично с применением ДОТ
Промежуточная аттестация	Частично с применением ДОТ
Формы текущего контроля	Формат проведения
Эссе, диспут, коллоквиум, диалог с аудиторией	Частично с применением ДОТ. Возможно использование системы дистанционного обучения (СДО)

Доступ к системе дистанционных образовательных осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru> (для дисциплин, реализуемых согласно Приложению к договору о сетевой форме реализации РАНХиГС) и <https://distanty.ru>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате. Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к методическим материалам предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы после окончания срока выполнения

### 3.Содержание и структура дисциплины

#### Структура дисциплины

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час./астрономич.час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ *	ЛР	ПЗ	КС Р		
Тема 1	Цифровой маркетинг в современной рыночной среде	10	2/2		2/2		6/2	ДА
Тема 2	Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения.	10	2/2		2/2		6/2	Э
Тема 3	Стратегическое планирование в цифровом маркетинге	12	2		4		6	Д
Тема 4	Реализация стратегии и проектная деятельность в Digital, система	12	2		4		6	Кол



№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час./астрономич.час.						Форма
	мотивации и распределение ролей в команде							
Тема 5	Оценка эффективности после завершения проекта и анализ особенностей, выявленных в процессе реализации проектов в digital	12	4/2		2/2		6/2	Д
Тема 6	Поведенческая экономика и финансы	14	4		2		8	Кол
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>36/27</b>						Экзамен
<b>Всего:</b>		<b>108/81</b>	<b>16/12</b>		<b>16/12</b>		<b>38/29</b>	

Примечание:

\*В данной РПД описано содержание лекционного и практического курса в СД

\*\*формы текущего контроля успеваемости: эссе (Э), диспут (Д), коллоквиум (Кол), диалог с аудиторией (ДА)

### Содержание дисциплины

#### Тема 1. Цифровой маркетинг в современной рыночной среде

Digital в современной науке; место digital в структуре маркетинговых коммуникаций, общие понятия и термины; факты, тренды и будущее цифрового маркетинга. Направления развития маркетинга товаров и услуг: нейромаркетинг; интернет-маркетинг; сенсорный, вирусный, экологический, латеральный, когнитивный маркетинг и др. Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики. Практика организации маркетинга: международный и современный российский опыт. Основные задачи и принципы деятельности маркетинговых подразделений современной организации. Элементы комплекса маркетинга: товар; цена; распределение; продвижение, их взаимосвязь. Факторы, влияющие на выбор оптимальной структуры комплекса маркетинга. Принципы разработки комплекса маркетинга, его содержание и социально-экономическое значение. Управление эффективными продажами товаров и услуг в условиях цифровой экономики.

#### Тема 2. Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения.

Классификация технологий цифрового маркетинга. Поисковой маркетинг: понятие, преимущества, недостатки, цели применения. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации и продвижения сайта в Интернете. Понятие 10 релевантности сайта. Семантическое ядро сайта. Процедура составления семантического ядра сайта. Составление выборки поисковых терминов для компаний различных направлений деятельности. Сервисы поисковой статистики. Работы над текстами и страницами сайта. Контент-маркетинг. Работа над usability и структурой сайта. Регистрация сайта в каталогах поисковых систем. Анализ ссылок продвигаемого сайта. Разработка стратегии ссылочного продвижения сайта. Анализ эффективности внутренней и внешней оптимизации и продвижения сайта. Индексация сайта. Третированная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности. Понятие и

условия таргетинга. Лидогенерация. Процедура разработки кампаний таргетированной рекламы, основные этапы настройки. Методы ценообразования в таргетированной рекламе. Системы таргетированной рекламы на российском рынке. Медийная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности. Основные форматы медийной рекламы в Интернете. Модели ценообразования в медийной рекламе. Rich-медиа как формат медийной рекламы. E-mail маркетинг понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности. Требование к составлению рассылок. E-mail маркетинг на основе CRM-систем. Понятие и характеристика экосистемы CRM. Преимущества и риски применения CRM организациями. Классификация CRM: операционные, аналитические, коллаборативные. Концепция CRM для современных организаций: профиль клиента и управление отношениями; процессы привлечения; аналитика; процессы обслуживания. Факторы, влияющие на выбор CRM-систем. Рынок CRM в России и за рубежом. Маркетинг в социальных сетях (SMM). Таргетированная реклама в социальных сетях. Видео-реклама в социальных сетях. Кросс-постинг. Посев в тематических сообществах. Технологии лидогенерации и раскрутка 11 собственных групп и страниц. Основные механики продвижения в соцмедиа. Скрытая реклама в комментариях. Технологии бренд-менеджмента в соцсетях. Сегментация по аудитории на социальных площадках, ее гипертаргетирования с помощью встроенных сервисов платформ. Маркетинговые особенности использования некоторых из основных популярных социальных платформ (блог-платформы, Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram и т.д.). Сервисы статистики и сервисов автоматического мониторинга сетей. Использование в маркетинговых коммуникациях краудсорсинговых и коворкинг-технологий. Маркетинг влияния и маркетинг вовлечения: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности. Лидеры мнений. Продвижение с помощью блоггеров и лидеров мнений. Вирусный маркетинг. Геймификация как перспективное направление цифрового маркетинга. Понятие и условия применения геймификации. Опыт применения геймификации для продвижения российских и зарубежных брендов. Мобильный маркетинг: определение, цели, преимущества и недостатки. Отличие мобильного маркетинга от других технологий цифрового маркетинга. Современный инструментарий мобильного маркетинга. Мобильный Директмаркетинг. Реклама в мобильных приложениях. Текстовые мобильные объявления. Мобильные графические объявления. WAP-сайты. Разработка мобильных приложений в целях маркетинговой деятельности. Messengerмаркетинг.

### **Тема 3. Стратегическое планирование в цифровом маркетинге**

Стратегическое планирование: цель, задача, тактика, решение, анализ, вывод. Разработка Digital-стратегии; обязательные этапы и составные элементы digital-стратегии; необходимые вводные для разработки digital-стратегии.

### **Тема 4. Реализация стратегии и проектная деятельность в Digital, система мотивации и распределение ролей в команде.**

Основные этапы реализации digital стратегии. Специфика формирования команды для ведения Digital проекта. Структура команды и принцип внутреннего взаимодействия. Составление плана реализации проекта с учетом делегированных полномочий членам команды. Форма контроля и надзора реализации стратегии.

### **Тема 5. Оценка эффективности после завершения проекта и анализ особенностей, выявленных в процессе реализации проектов в digital**

Правовые аспекты, оценка эффективности и аналитика, особенности и принципы взаимодействия схемы "клиент - агентство", виды взаимоотношений в схеме "клиент -

агентство". Формы отчета и контроля, в том числе и аудит по проекту. Анализ и проработка ошибок, проблем и изменений, выявленных в ходе реализации digital проекта.

#### **Тема 6. Поведенческая экономика и финансы**

Сущность поведенческой экономики, взаимосвязь с нейроэкономикой, компьютерной симуляцией, проведением экспериментов. Ключевые группы инструментов поведенческих финансов (behavioral finance- BF): эвристика, фрейминг, эмоции, влияние на рынок. Прикладные аспекты поведенческой экономики. Направления развития применения инструментов BF: инвесторы, корпорации, рынки, регулирование, образование. Поведенческий конфликт как форма проявления накопленных противоречий экономических интересов в обществе. Потребительская экономика и поведенческая теория потребления. Анализ клиентского опыта: путь и впечатление от сервиса. Поведение потребителей: теория ожидаемой полезности и «тройного обучения». Теоретические и практические результаты, достигнутые в рамках поведенческой экономики.

### **4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающегося и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

#### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.17 «Digital-маркетинг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

<b>Тема (раздел)</b>	<b>Методы текущего контроля успеваемости</b>
Цифровой маркетинг в современной рыночной среде	Диалог с аудиторией
Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения.	Эссе
Стратегическое планирование в цифровом маркетинге	Диспут
Реализация стратегии и проектная деятельность в Digital, система мотивации и распределение ролей в команде	Коллоквиум
Оценка эффективности после завершения проекта и анализ особенностей, выявленных в процессе реализации проектов в digital	Диспут
Поведенческая экономика и финансы	Коллоквиум

– при занятиях самостоятельной работой: самостоятельная работа обучающихся является одной из форм самообразования, роль преподавателя при этом заключается в оказании консультативной и направляющей помощи обучающемуся с применением ДОТ в СДО.

**4.1.2. Экзамен проводится в устной форме с разбором типовых ситуаций с применением ДОТ в СДО.**

### **4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости**

#### **Темы эссе**

1. Место digital в структуре маркетинговых коммуникаций
2. Обязательные элементы digital-стратегии
3. Медиапланирование и медиапланы
4. Баинг в digital

5. Правовые аспекты реализации проектов в digital
6. Модели закупки трафика и размещений, бенчмарки по стоимости, виды и бенчмарки KPI
7. Площадки, вендоры - основные особенности
8. Особенности и принципы взаимодействия схемы "клиент - агентство"
9. Виды взаимоотношений в схеме "клиент - агентство"
10. Виды и типы ценообразования в digital
11. Организация и проведение тендеров

#### **Вопросы к диспуту: (к теме 5)**

Теоретические:

1. Составление и оптимизация смет, виды брифов, составление и анализ брифа.
2. Системы аналитики: Google analytics и Яндекс метрика.
3. Области применения метода формализации в проектном менеджменте.
4. Оценка эффективности digital стратегии, бенчмарки, Adriver, AdFox и другие системы.

Прикладные: (к теме 3)

1. Использование инструментов и проектов в digital (Social listening, SMM, Native, мобильная реклама, Emailing, Telegram, чат-боты и т.д.) при экспансии новых рынков.
2. Провести анализ научных методов, применяемых при реализации digital стратегии на внешнеторговом рынке.
3. Провести анализ гипотез, выдвигаемых в международных исследованиях относительно свободы digital индустрии.
4. Осуществить планирование представления и апробации результатов исследования в российских и международных научных сообществах.

#### **Вопросы коллоквиума**

(К теме 4)

Основные термины и понятия digital:

1. Виды и формы digital деятельности
2. Эффективность коммерческой цифровизации бизнеса на уровне проектной деятельности
3. Организационные формы международной цифровой индустрии

Особенности проектного стратегического планирования с учетом российского предпринимательского климата:

1. Оценка проектных рисков при стратегическом планировании в digital
2. Необходимые вводные для стратегии, поиск информации для стратегии, источники информации для digital-стратегии
3. Стратегии ведения и реализации digital проекта в рамках определенных целей, задач, тактик, решений, анализа и необходимых результатов.
4. Оценка эффективности деятельности команды проекта на разных стадиях реализации

Особенности реализации инструментов и проектов в digital:

1. Размещения онлайн-видео, размещение баннеров, размещение вирусных посевов, контекстная реклама, агенты влияния.
2. Social listening, SMM, Native, мобильная реклама, Emailing, Telegram, чат-боты.
3. Спецпроекты: программы лояльности, продвижение мобильных приложений, производство сайтов, производство баннеров, производство мобильных приложений.

- Использование цифровых аналитических платформ: Google analytics, Яндекс метрика, Adriver, AdFox и другие системы.

#### **Вопросы коллоквиума**

(К теме 6)

- Что исследует поведенческая экономика?
- Иррациональность. Нестандартные предпочтения. Драйверы нестандартных решений.
- Где применяется поведенческая экономика? Естественные эксперименты. Лабораторные и полевые эксперименты.
- Маркетинг, основанный на поведенческой экономике. Предпочтение с точками отсчета.
- Социальные предпочтения.
- Просоциальное поведение и внутренняя мотивация.
- Межвременной выбор и неустойчивость предпочтений.
- Формирование убеждений и принятие решений.

#### **4.3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.**

##### **4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Наименование компонента компетенции</b>
ПКс ОС-1	Способен к организации логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок	ПКс ОС-1.1	Осуществляет составление графиков грузопотоков, определение способов доставки, вида транспорта, организацию планирования услуг, этапов, сроков доставки, формирование пакета документов для отправки груза и контроль поступления информации о прибытии груза
		ПКс ОС-1.2	Осуществляет организацию работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг
ПКс ОС-2	Способен к управлению реализацией стратегии интернет-продвижения	ПКс ОС-2.1	Осуществляет проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
		ПКс ОС-2.2	Согласует с заказчиком показатели эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Осуществляет организацию и проведение электронных рассылок
ПКс ОС-4	Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс ОС-4.1	Организует работу по созданию и редактированию контента сайта, ведет контроль за его наполнением, вносит локальные изменения структуры сайта
		ПКс ОС-4.2	Проводит анализ информационных потребностей посетителей сайта и формирует отчетность по сайту

		ПКс ОС-4.3	Осуществляет поддержку процессов модернизации и продвижения сайта
--	--	------------	---

<b>Компонент компетенции</b>	<b>Индикатор оценивания</b> <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая освоение компетенции</i>	<b>Критерий оценивания</b> <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД</i>
ПКс ОС-1.1	Анализировать информацию и формировать отчеты о результатах перевозки Оформлять транспортно-сопроводительные, транспортно-экспедиционные, договора, соглашения, контракты Составлять график грузопотоков, определять способы доставки, вид транспорта Организация формирования пакета документов для отправки груза Контроль поступления информации о прибытии груза	Самостоятельно анализировать информацию и оперативно формировать отчеты о результатах перевозки Оформлять транспортно-сопроводительные, транспортно-экспедиционные, договора, соглашения, контракты в соответствии правил и порядка Организация планирования услуг, этапов, сроков доставки Самостоятельно производить контроль поступления информации о прибытии груза
ПКс ОС-1.2	Проводит мониторинг рынка подрядчиков и выбор подрядчика на основе анализа Организация работы с подрядчиками	Самостоятельно проводит мониторинг рынка подрядчиков, проведение конкурса и анализа при выборе подрядчика Организация комплекса мероприятий для работы с подрядчиками
ПКс ОС-2.1	Составление технических заданий и проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Способен самостоятельно осуществлять комплекс мероприятий по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПКс ОС-2.2	Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с использованием профессиональных систем, программы и сервисы для формирования бюджета Распределение бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Самостоятельно осуществляет согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком Формирование и распределение бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" между различными каналами продвижения
ПКс ОС-4.1	Организует планирование, распределение и координацию работы по созданию и редактированию контента Способен вносить локальные изменения в структуру сайта Организует работу по наполнению сайта	Самостоятельно осуществляет работу по созданию и редактированию контента сайта, ведет контроль за его наполнением Самостоятельно вносит локальные изменения структуры сайта
ПКс ОС-4.2	Способен оценивать и анализировать эффективности работы сайта на основе имеющихся данных Составляет отчет на основе анализа сайта и аудитории сайта	Проводит анализ информационных потребностей посетителей сайта и формирует отчетность по сайту
ПКс ОС-4.3	Поддержание процессов проектирования сайта, процессов	Способен самостоятельно проводить поддержку процессов продвижения сайта и

<b>Компонент компетенции</b>	<b>Индикатор оценивания</b> <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая освоение компетенции</i>	<b>Критерий оценивания</b> <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД</i>
	разработки и тестирования новой функциональности веб-сайта, процессов опытной эксплуатации веб-сайта	его модернизации

#### 4.3.2. Типовые оценочные средства

##### **Вопросы промежуточной аттестации (к экзамену)**

1. Диджитал стратегии коммуникации.
2. Интернет-коммуникации в диджитал стратегии компании.
3. Интернет как коммуникационная среда бренда и потребителя.
4. Установление двусторонней коммуникации посредством цифровых технологий.
5. Отличие между традиционными и интерактивными каналами коммуникации.
6. Цифровые каналы коммуникации.
7. Интернет и мобильный маркетинг, интерактивное телевидение, интерактивные информационные киоски в розничной торговле и т.д.
8. Двусторонняя коммуникация посредством цифровых технологий.
9. Уровень отклика потребителей на интерактивные сообщения.
10. Создание эмоциональной связи с потребителем посредством цифровых каналов коммуникации. Эмоциональный брендинг.
11. Коммуникационная система оптовой торговли. Цифровые коммуникации с внешней средой. Коммуникационные процессы: реклама, связи с общественностью и стимулирование сбыта посредством цифровых технологий на рынке B2B.
12. Комплекс маркетинговых коммуникаций в предприятиях розничной торговли. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи (ИМКМП) как коммуникационная составляющая мерчандайзинга. Основные коммуникационные цели. Внешние средства ИМКМП: наружные цифровые вывески, световые табло и внешние витрины розничных торговых предприятий. Внутренние средства ИМКМП: цифровое продвижение продукта в торговом зале, формирование цифровой торговой среды. Цифровые носители ИМКМП.
13. Веб-сайт компании. Условия и инструменты поисковой оптимизации. Факторы, влияющие на эффективность взаимодействия потребителя и интернет-сайта. Оценка маркетинговых коммуникаций через сайт компании.
14. Реклама в сети интернет. Медийная реклама. Контекстная реклама. PR в сети интернет.
15. Реклама и PR в Social Media Marketing.
16. Стимулирование сбыта в сети интернет.
17. E-mail как разновидность прямого маркетинга в сети Интернет и его использование торговыми предприятиями.
18. Нестандартные размещения/спецпроекты. Дополненная реальность. Мобильные приложения. Видео-форматы. Вирусный маркетинг. Уникальный контент. Маркетинг в режиме реального времени.
19. Естественная реклама в цифровой среде (Native advertisement).
20. Устройства Smart Watch или Google Glass как инновационные маркетинговые коммуникации с потребителем.

21. Основные понятия и показатели в медиапланировании. Медиапланирование цифровых коммуникаций в торговле: основные этапы.
22. Оценка эффективности цифровых коммуникаций в торговле. Основные показатели.

Для оценки степени освоения компетенции используются следующие шкалы:

**Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций**

Обозначения		Формулировка требований		
Цифр.	Оценка	к степени сформированности компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
1	Не удовлетворительно	Отсутствие знаний	Отсутствие умений	Отсутствие навыков
2	Не удовлетворительно	Фрагментарные знания	Частично освоенное умение	Фрагментарное применение
3	удовлетворительно	Общие, но не структурированные знания	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение	В целом успешное, но не систематическое применение
4	Хорошо	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков
5	Отлично	Сформированные систематические знания	Сформированное умение	Успешное и систематическое применение навыков

**Шкала 2. Комплексная оценка сформированности знаний, умений и владений**

Оценка	Индикаторы обучения
5, «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он: <b>На уровне знаний:</b> Знание основных бизнес-процессов в организации: планирование, организация, координация, мотивация, контроль; Использование в профессиональной деятельности основных подходов к анализу и оценке бизнес-среды предприятия и к анализу эффективности и контролю реализации его стратегии; умеет моделировать бизнес-процессы организации.



	<p>Нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность.</p> <p>Международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции.</p> <p>Нормативные правовые акты, регламентирующие государственную поддержку внешнеэкономической деятельности.</p> <p>Виды, формы и инструменты государственной поддержки внешнеэкономической деятельности.</p> <p>Методы и основы системного анализа внешнеэкономической информации.</p> <p>Правила оформления документации по внешнеторговому контракту.</p> <p>Основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности.</p> <p>Основы бизнес-планирования.</p> <p>Условия внешнеторгового контракта.</p> <p>Маркетинг и особенности ценообразования.</p> <p>Инструменты и методы моделирования бизнес-процессов в ИС.</p> <p>Предметная область автоматизации. Технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии. Технологии подготовки и проведения презентаций.</p> <p>Основы управления организационными изменениями.</p> <p><b>На уровне умений:</b></p> <p>Применяет концепции маркетинга к практической деятельности международных субъектов; применяет маркетинговые мероприятия и стратегии при различных видах спроса в рамках концепции международного маркетинга;</p> <p>оценивает эффективность маркетинговой деятельности в международной среде;</p> <p>умеет моделировать бизнес-процессы организации;</p> <p>проведен анализ взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний;</p> <p>использованы методики анализа бизнес-процессов организации с целью выделения слабых сторон процессов;</p> <p>рассмотрены возможности моделирования бизнес-процессов на основе проведенных анализов процессов</p> <p>Формулирует и распределяет задачи между сотрудниками подразделения в организации.</p> <p>Осуществляет коммуникацию с потенциальными партнерами с использованием современных средств связи.</p> <p>Ведет деловую переписку с иностранными партнерами.</p> <p>Оценивает эффективность и соответствие документации коммерческих предложений, запросов участников внешнеэкономической деятельности.</p> <p>Выявляет интересы потенциальных партнеров для формирования индивидуальных предложений.</p> <p><b>на уровне навыков:</b></p> <p>Планирует и ставит задачи сотрудникам подразделения в организации.</p> <p>Получает анализ информации о реализации внешнеторговых контрактов.</p> <p>Обеспечивает внутреннее взаимодействие между профильными специалистами организации по условиям сотрудничества с потенциальными партнерами для заключения и (или) ведения внешнеторгового контракта.</p> <p>Определяет круг участников реализации внешнеторгового контракта.</p>
--	---

	<p>Обобщает и систематизирует требования законодательства Российской Федерации и требования международных соглашений и договоров к внешнеэкономической деятельности.</p> <p>Осуществляет мониторинг изменений в требованиях законодательства Российской Федерации к внешнеэкономической деятельности и изменений в требованиях международных соглашениях и договорах</p> <p>Составляет перечень и мониторинг изменений. мер государственной поддержки внешнеэкономической деятельности</p> <p>Проводит презентации. Проводит интервьюирование. Анализирует исходную документацию.</p> <p>Собирает исходные данные у заказчика. Моделирует бизнес-процессы в ИС. Анализирует функциональные разрывы и корректирует на его основе существующей модели бизнес-процессов. Согласовывает с заказчиком предлагаемых изменений.</p>
4, «хорошо»	<p>Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он:</p> <p><b>На уровне знаний:</b> Знание основных бизнес-процессов в организации: планирование, организация, координация, мотивация, контроль;</p> <p>Использование в профессиональной деятельности основных подходов к анализу и оценке бизнес-среды предприятия и к анализу эффективности и контролю реализации его стратегии;</p> <p>умеет моделировать бизнес-процессы организации.</p> <p>Нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность.</p> <p>Международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции.</p> <p>Нормативные правовые акты, регламентирующие государственную поддержку внешнеэкономической деятельности.</p> <p>Виды, формы и инструменты государственной поддержки внешнеэкономической деятельности.</p> <p>Методы и основы системного анализа внешнеэкономической информации.</p> <p>Правила оформления документации по внешнеторговому контракту.</p> <p>Основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности.</p> <p>Основы бизнес-планирования.</p> <p>Условия внешнеторгового контракта.</p> <p>Маркетинг и особенности ценообразования.</p> <p>Инструменты и методы моделирования бизнес-процессов в ИС.</p> <p>Предметная область автоматизации. Технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии. Технологии подготовки и проведения презентаций.</p> <p>Основы управления организационными изменениями.</p> <p><b>На уровне умений:</b></p> <p>Применяет концепции маркетинга к практической деятельности международных субъектов; применяет маркетинговые мероприятия и стратегии при различных видах спроса в рамках концепции международного маркетинга;</p> <p>оценивает эффективность маркетинговой деятельности в международной среде;</p> <p>умеет моделировать бизнес-процессы организации;</p> <p>проведен анализ взаимосвязи между функциональными стратегиями</p>

	<p>компаний; использованы методики анализа бизнес-процессов организации с целью выделения слабых сторон процессов; рассмотрены возможности моделирования бизнес-процессов на основе проведенных анализов процессов.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> Планирует и ставит задачи сотрудникам подразделения в организации. Получает анализ информации о реализации внешнеторговых контрактов. Обеспечивает внутреннее взаимодействие между профильными специалистами организации по условиям сотрудничества с потенциальными партнерами для заключения и (или) ведения внешнеторгового контракта.</p>
3, «удовлетворительно»	<p>«удовлетворительно» выставляется студенту, если он: <b>На уровне знаний:</b> Знание основных бизнес-процессов в организации: планирование, организация, координация, мотивация, контроль; Использование в профессиональной деятельности основных подходов к анализу и оценке бизнес-среды предприятия и к анализу эффективности и контролю реализации его стратегии; умеет моделировать бизнес-процессы организации.</p> <p><b>На уровне умений:</b> Применяет концепции маркетинга к практической деятельности международных субъектов; применяет маркетинговые мероприятия и стратегии при различных видах спроса в рамках концепции международного маркетинга.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> Планирует и ставит задачи сотрудникам подразделения в организации.</p>
«Не удовлетворительно»	В ответе существенные ошибки в основных аспектах темы.

#### 4.4. Методические материалы

Процедуры и средства оценивания элементов компетенций  
по дисциплине

Процедура проведения	Средство оценивания				
	Текущий контроль				Промежуточный контроль
	Выполнение устных заданий	Выполнение письменных заданий	Выполнение практических заданий	Выполнение эссе и докладов	Экзамен
Продолжительность контроля	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	По усмотрению преподавателя	В соответствии с принятыми нормами времени

Форма проведения контроля	Устный опрос	Письменный опрос	Письменный опрос	Письменная форма с презентацией	В устной форме
Вид проверочного задания	Устные вопросы	Письменные задания	Практические задания	Письменный опрос	Экзамен
Форма отчета	Устные ответы	Ответы в письменной форме	Ответы в письменной форме	Ответы в письменной (по эссе и рефератам)	Ответы в устной форме
Раздаточный материал	есть	Справочная литература-	Справочная литература-	Справочная литература	Справочная литература

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты изучают понятийный аппарат дисциплины; выполняют задания, связанные с основным инструментарием в современном цифровом маркетинге. В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к практическим занятиям, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме диспута, эссе и других контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента по дисциплине оценивается по его выступлениям на практических занятиях.

**Оценивание работы студента на практических занятиях** осуществляется по следующим критериям:

– «Отлично» – активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.

– «Хорошо» – недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.

– «Удовлетворительно» – ответы на семинарах отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

– «Неудовлетворительно» – пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше, для получения более высоких оценок.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением проректора по учебной работе. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы. Оценивание студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на экзамене;
- учебными достижениями в семестровый период.

### **Критерии оценивания устного ответа**

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания включают в себя:

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа

– Оценка «отлично» ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

– Оценка «хорошо» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

– Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

– Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

1. Первой формой текущего контроля успеваемости является написание эссе студентами по заранее заданным темам. Написание эссе способствует формированию умения

применять основные методики анализа информации, синтеза, а также студенты учатся строить собственные умозаключения и выводы на основе проанализированной информации. В ходе написания эссе студенты учатся последовательно и логично излагать собственные мысли.

Объем эссе не должен быть менее 10, но не более 15 страниц текста, включая титульный лист и список литературы.

#### **Критерии оценки эссе:**

*Оценка «удовлетворительно»* предполагает: полученные результаты в значительной степени соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

*Оценка «хорошо»* ставится: полученные результаты преимущественно соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

*Оценка «отлично»* предполагает: полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны, подробно описаны и обоснованы применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы полностью соответствует существующим требованиям.

Баллы снижаются за: несоответствие заявленных целей и задач теме изучения; ошибки в определении объекта и предмета изучения, недостижение поставленных целей, погрешности в оформлении.

При оценке ответов в рамках диспута учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

На первом занятии преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации; во время последующих аудиторных занятий – доводит до студентов информацию о результатах текущего контроля успеваемости.

С целью обеспечения успешного обучения студенту необходимо готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Практические занятия по дисциплине предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций, с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

Подготовка к экзамену

К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, практических занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере получаемых знаний и умений по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

### **Вопросы для самостоятельной работы:**

1. Характеристика концепций маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, маркетинговая концепция, концепция холистического маркетинга: маркетинг партнерских отношений; интегрированный маркетинг; внутренний маркетинг; социально-ответственный маркетинг. Клиенто-ориентированность.
2. Мультиатрибутивная модель товара. Технология создания нового товара. Основные причины провалов новых товаров на рынке. Ключевые факторы успеха новых товаров на рынке. Нашествие чат-ботов. Тактика Трампа.

3. Навык работы в Яндекс.Метрике и знание её особенностей. Excel для маркетолога: самое важное. Практический анализ рекламных кампаний: семантика и SEO.
4. Знакомство с интерфейсом Google Data Studio.. Анализ омниканального маркетинга и вводная в SQL для маркетологов. Мультиканальный и омниканальный маркетинг: понятие, принципы и модели организации. Омниканальные платформы. Применение теории поколений в организации маркетинговой деятельности. Настоящее и будущее технологии Big Data и ее роль в электронной коммерции. Прогноз развития технологий электронной коммерции. Чат-боты: преимущества и недостатки применения, основные типы.

## 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

### 6.1. Основная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — М.: Дашков и К, 2019. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85658.html>
2. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд. — М.: Дашков и К, 2019. — 200 с. — ISBN 978-5-394-03163-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86724.html>
3. Альтшулер, И. Г. О стратегии, маркетинге и консалтинге. Занимательно — для внимательных! / И. Г. Альтшулер. — М.: Дело, 2016. — 438 с. — ISBN 978-5-7749-1085-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51036.html>
4. Блуммарт, Тью Четвертая промышленная революция и бизнес: Как конкурировать и развиваться в эпоху сингулярности / Тью Блуммарт, ван Стефан, Эрик Колтоф; перевод З. Мамедьяров. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-9614-1536-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82658.html>
5. Цифровая экономика. Социально-экономические и управленческие концепции : коллективная монография / Л. И. Антонова, Д. И. Городецкий, А. Ф. Золотарева [и др.] ; под редакцией А. А. Степанова. — М.: Научный консультант, Виктория плюс, 2018. — 186 с. — ISBN 978-5-6040573-2-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80804.html>
6. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87620.html>
7. Захарова, И. В. Маркетинг: учебное пособие / И. В. Захарова. — Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 166 с. — ISBN 978-5-4497-0218-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86470.html>
8. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.]; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71205.htm>



9. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под редакцией Т. Н. Парамонова. — М.: Дашков и К, 2016. — 283 с. — ISBN 978-5-394-02068-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60441.html>

#### 6.2. Дополнительная литература

1. Эрик, Шмидт Новый цифровой мир: как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств / Шмидт Эрик, Коэн Джаред; перевод С. Филин. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 356 с. — ISBN 978-5-91657-824-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39303.html>
2. Цифровое будущее или экономика счастья? / А. В. Черновалов, З. Цекановский, З. Шиманский, П. А. Черновалов. — М.: Дашков и К, 2018. — 218 с. — ISBN 978-5-394-03039-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85484.html>
3. Загребельный Г., Боровик М., Меркулович Т., Фролкин И. Performance-маркетинг. Заставьте Интернет работать на вас / Серия: Спроси Ingate. — М. Альпина Паблишерз., 2017. — 270 с.
4. Кожушко, Чуркин, Агеев: Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования / — М. Олимп-Бизнес, 2015 г. — 327 с.
5. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. - Москва: Дашков и К°, 2017. - 347 с. - (Учебные издания для бакалавров).
6. Кастельс М. Власть коммуникации: учебное пособие. - 2-е изд. дополненное. - Москва: Изд. дом Высш. шк. экономики, 2017. - 590 с.
7. Вьюгина Д.М. Цифровые стратегии медиабизнеса в условиях изменяющегося медиапотребления // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2233>
8. Кешелава А.В. (ред.) Введение в «Цифровую» экономику. Научно-популярное издание. М. Сретенский клуб им. С.П. Курдюмова, 2017
9. Маркова В.Д. Цифровая экономика. — М.: Инфра-М, 2018
10. Сафрончук М.В. Глобализация и экономический рост. Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. № 4. С. 26-32.
11. Хачатурян М.В. Цифровая экономика как фактор развития систем управления владельческими рисками и обеспечения экономической устойчивости организации — М.: КноРус, 2018
12. Шваб К. Четвертая промышленная революция: пер. с англ. - М.: Издательство "Э", 2017. - 208 с. (Top business award).

#### 6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. О защите прав потребителей: Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 №2300-1/ПБД «КонсультантПлюс 3000» [Электрон. ресурс]: еженед. пополнение/ ЗАО «КонсультантПлюс», НПО «ВМИ».- Загл. с экрана.
2. О рекламе: федер. закон: принят Гос. Думой 14 июня 1995г.// Российское законодательство о рекламе: практ. коммент.- М., 1997.- С. 87- 112.
3. Закон Российской Федерации —О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров от 23.09.1992 г. №3520-1. Редакция от 11.12.2002 г. №166-ФЗ.
4. Указ Президента Российской Федерации от 10.06.1994 г. №1183 —О защите потребителей от недобросовестной рекламы.

#### 6.4. Интернет-ресурсы

1. <http://www.vsemirnyjbank.org/> - Сайт всемирного банка
2. <https://www.alta.ru/> - Всемирная таможенная организация

3. <http://www.eurasiancommission.org/> – Евразийская экономическая комиссия
4. <http://www.un.org/ru/wto/> - Всемирная торговая организация

#### 6.5. Иные источники.

- Маркетинг.
- Маркетинг и маркетинговые исследования.
- Маркетолог.
- Методы менеджмента качества.
- Модный магазин: от эскиза до прилавка.
- Новости маркетинга.
- Практический маркетинг.
- Сертификация с приложением «Менеджмент: горизонты ИСО».
- Стандарты и качество+BUSINESS EXCELLENCE/Деловое совершенство. Комплект.
- Точка продаж.

### 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения лекционных, практических занятий групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы по дисциплине необходимо следующее

#### материально-техническое обеспечение:

- программы, обеспечивающие навигацию в сети Интернет: «Google chrome»;
- программы, демонстрации видео материалов: проигрыватель «Windows Media»;
- программы для демонстрации и создания презентаций: «Microsoft Power Point».

Все виды занятий, контроль и самостоятельная работа проводятся с частичным использованием ДОТ. Лекционные материалы, практические задания, материалы для самостоятельной работы, средства текущего контроля и промежуточной аттестации размещены в СДО: <https://lms.ranepa.ru>

#### Информационные справочные системы:

1. Информационно-правовой портал «Консультант плюс» (правовая база данных). [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Информационно-правовой портал «Гарант» (правовая база данных). [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru/>
3. Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>;
4. Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>;
5. Национальная электронная библиотека. URL: <http://rusneb.ru>;
6. Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru);
7. Российская национальная библиотека. URL: <http://nlr.ru/>;
8. Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>;
9. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>;
10. Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>;
11. Электронно-библиотечная система IPRbooks. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>.

Для работы в СДО РАНХиГС необходимо следующее:

1. Авторизоваться на сайте СДО <https://lms.ranepa.ru>  
(Авторизацию нужно провести с использованием СВОЕЙ учетной записи РАНХиГС. В качестве логина используется префикс корпоративной электронной почты);

2. По электронной почте Вы получите информацию о предоставлении доступа к курсу в системе дистанционного обучения РАНХиГС.

(Для просмотра содержимого курса, доступ к которому Вам предоставлен, достаточно:

- перейти на сайт <https://lms.ranepa.ru>;
- авторизоваться, используя данные своей учетной записи;

выбрать курс, кликнув на его название).