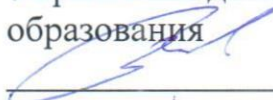


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Вятский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Заместитель начальника  
Управления дополнительного  
образования  
  
/А.В.Ральников  
«10» апреля 2024 г.  
03-04-2024-0738-1360

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины (модуля)  
«Маркетинг в цифровой экономике»

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Маркетинг в цифровой экономике».

Рабочая программа разработана:  
Шпенглер Анной Владимировной, кандидатом экономических наук, доцентом, зав. кафедрой туризма и управления персоналом ФМиС ФГБОУ ВО «ВятГУ».

# РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

## 1.1 Пояснительная записка

Актуальность и значение учебной дисциплины «**Маркетинг в цифровой экономике**» обусловлена тем, что в условиях развития интернет-технологий, меняющих устоявшиеся модели предпринимательской деятельности и характер маркетинговых коммуникаций, заставляя компании вносить изменения в стандартную маркетинговую стратегию, адаптируя ее к реалиям цифрового мира. В связи с этим, в контексте постоянного роста проникновения интернета, вопросы разработки стратегии интернет- маркетинга приобретают особую актуальность.

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Цель учебной дисциплины   | Формирование целостного понимания о назначении, содержании, закономерностях и особенностях использования инструментов маркетинга в цифровой экономике.   |
| Задачи учебной дисциплины | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Познакомить слушателей с ключевыми принципами и трендами цифровой экономики.</li><li>2. Изучить особенности применения инструментов маркетинга в цифровой экономике.</li><li>3. Изучить инструменты и каналы digital-маркетинга.</li><li>4. Познакомить слушателей с ключевыми стратегиями интернет-маркетинга.</li><li>5. Изучить особенности позиционирования продукта в интернет-маркетинге</li><li>6. Изучить этапы разработки стратегии интернет-маркетинга и технологии позиционирования в сети интернет.</li></ol> |

### Компетенции слушателя, формируемые в результате освоения учебной дисциплины / модуля

В результате освоения учебной дисциплины (модуля) слушатель должен демонстрировать следующие результаты обучения:

| Виды деятельности   | Профессиональные компетенции  | Практический опыт  | Умения   | Знания  |
|---|---|--|--|---|
| ВД 1 - Организация и управление маркетинговой деятельностью | ПК 1:<br>Способность выбирать каналы продвижения в информационно-коммуникационн | Владеть понятием аппаратом маркетинга в цифровой экономике., методологией клиенто- | Уметь выбирать каналы продвижения в информационно-коммуникационной сети Интер- | Знать особенности цифровых каналов продаж и продвижения, особенности маркетинга в |

|   |  |   |   |  |
|---|--|---|---|--|
|   | ой сети Интернет.  | риентированного маркетинга как основной цифрового маркетинга.   | нет, отвечающие целям и задачам предпринимательской деятельности  | цифровой экономике. Факторы развития интернет-рынков.  |
| ВД 1 - Организация и управление маркетинговой деятельностью | ПК-2:<br>Способность осуществлять анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-коммуникационной сети Интернет. | Владеть навыками формирования спроса и корректировки поведения потребителей в информационно-коммуникационной сети Интернет. | Уметь осуществлять анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-коммуникационной сети Интернет. | Знать основные типы целевых аудиторий и их особенности поведения в информационно-коммуникационной сети Интернет. |

## 1.2 Содержание учебной дисциплины (модуля)

### Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Форма обучения                 | Общий объем (трудоемкость), час | В том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час |        |                            |                     |              | Самостоятельная работа, час | Контроль, час | Форма промежуточной аттестации |
|--------------------------------|---------------------------------|--|--------|----------------------------|---------------------|--------------|-----------------------------|---------------|--------------------------------|
|                                |                                 | Всего  | Лекции | Практические (семинарские) | Лабораторные работы | Консультации |                             |               |                                |
| Очно-заочная с применением ДОТ | 52                              | 28   | 12     | 16                         | -                   | -            | 24                          | -             | -                              |

### Тематический план

| № п/п | Основные разделы и темы учебной дисциплины | Часы      |                                    |                        |
|-------|--|-----------|------------------------------------|------------------------|
|       |  | Лекции    | Практические (семинарские занятия) | Самостоятельная работа |
| 1.    | Маркетинг в цифровой экономике             | 12        | 16                                 | 24                     |
|       | <b>Итого:</b>                              | <b>12</b> | <b>16</b>                          | <b>24</b>              |

**Матрица соотнесения разделов / тем учебной дисциплины / модуля и формируемых в них компетенций**

| РАЗДЕЛЫ / ТЕМЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ | КОМПЕТЕНЦИИ |      | Общее количество компетенций |
|-----------------------------------|------------------|-------------|------|------------------------------|
|                                   |                  | ПК-1        | ПК-2 |                              |
| Маркетинг в цифровой экономике    | 52               | +           | +    | 2                            |
| Итого:                            | 52               |             |      |                              |

**Краткое содержание учебной дисциплины:**

Понятие цифровой экономики и цифрового сектора. Особенности цифровой экономики. Основные принципы цифровой экономики. Технологические тренды, являющиеся строительными блоками цифровой экономики. Распространение цифровых технологий в мире. Цифровые технологии и их роль в изменении секторов экономики. Уровень цифровизации отдельных отраслей российской экономики. Динамика изменения секторов экономики под воздействием цифровых технологий. Базовая модель компетенций цифровой экономики. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Содержание, функции, принципы и концепции маркетинга в цифровой экономике. Типы рынков в маркетинге. Концепция маркетинга 3.0. Драйверы цифрового маркетинга. Основанные на ценностях матричные модели VBM, С.К. Джонсона. Инструменты классического маркетинга: 4Р и 4С. Инструменты digital-маркетинга. Каналы digital-маркетинга. Онлайн-инструменты digital-маркетинга. Способы выбора инструментов digital-маркетинга.

Понятие стратегии в интернет-маркетинге. Типы стратегий в интернет-маркетинге и особенности их использования. Стратегия интернет-маркетинга – как запустить интернет-маркетинг системно или откорректировать текущую стратегию интернет-рекламы. Пошаговый план подготовки к выходу в интернет. Анализ продукта, выявление сегментов целевой аудитории, создание универсальных офферов, выработка УТП.

Этапы процесса разработки стратегии и основы технологии позиционирования в Интернет маркетинга.

## **2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1. Методические рекомендации для преподавателя**

Основными формами проведения аудиторных занятий со слушателями по учебной дисциплине «Маркетинг в цифровой экономике» являются лекции и практические (семинарские) занятия.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

### **2.2. Методические указания для слушателей**

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции и семинарские (практические, лабораторные) занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того они способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно

разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических и лабораторных занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении.

Практические (лабораторные) занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

На практических (лабораторных) занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические (лабораторные) задания и т.п. Для успешного проведения практического (лабораторного) занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют студенту возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

Самостоятельная работа слушателей включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа по учебной

дисциплине может осуществляться в различных формах (например: подготовка докладов; написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита проекта; другие).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Регулярно рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, навыков, компетенций.

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение периода обучения.

Процедура оценивания результатов освоения учебной дисциплины (модуля) осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по дисциплине обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение всего периода обучения.

### **3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Основная литература**

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / М. В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация [Дашков и К`к, 2016. - 352 с. - (Учебные издания для бакалавров)

2. Ефимов, А. Б. E-mail маркетинг для интернет-магазина: инструкция по внедрению [Электронный ресурс] / А. Б. Ефимов. - Москва :СилаУма-Паблишер, 2015. - 357 с. : табл., ил.

3. Зазиленская, Ю. О. Разработка комплексной программы интернет-маркетинга инфомарционно-правовых систем [Электронный ресурс] : дипломная работа / Ю. О. Зазиленская. - Курск : [б. и.], 2018. - 85 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн

4. Интернет-маркетинг [Текст] : учеб. для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва :Юрайт, 2015. - 287, [1] с. - (Бакалавр. Академический курс) (УМО ВО рекомендует). - Библиогр.: с. 265-267 и в подстроч. примеч.

5. Инновационный маркетинг [Текст] : учебник для бакалавриата и магистратуры / Финан. ун-т при Правительстве РФ ; ред. С. В. Карпова. -



Москва :Юрайт, 2017. - 456 с. : рис., ил., фото. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 376-377 (27 назв.)

### **Дополнительная литература**

6. Маркетинг-менеджмент [Текст] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Высш. шк. экономики ; ред.: И. В. Липсиц, О. К. Ойнер. - Москва :Юрайт, 2017. - 377 с. : рис. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 377-378 (28 назв.)

7. Информационные технологии в менеджменте (управлении) [Текст] : учеб. и практикум / Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова ; ред. Ю. Д. Романова. - Москва :Юрайт, 2015. - 477, [1] с. : ил., табл. - (Бакалавр. Базовый курс). - 500 экз.

8. Макуха, Владимир Карпович. Микропроцессорные системы и персональные компьютеры [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В. К. Макуха, В. А. Микерин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 156 с. - (Профессиональное образование)

9. Федорова, Галина Николаевна. Информационные системы [Текст] : учеб. для студентов учреждений сред. проф. образования / Г. Н. Федорова. - 6-е изд., стер. - Москва : Академия, 2017. - 206 с. : ил. - (Профессиональное образование). - Библиогр.: с. 204 (14 назв.)

10. Чумиков, А. Н. Медиариелейшнз[Электронный ресурс] / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - 184 с.

11. <http://asi.ru/> [Электронный ресурс] - Агентство стратегических инициатив, - методология разработки дорожных карт.

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ .
- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы.
- 3) ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- 4) ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- 5) ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

#### **ГАРАНТ**

- 1) КонсультантПлюс
- 2) Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- 3) Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- 4) Web of Science® (<http://webofscience.com>)

**Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса**

**Перечень специализированных аудиторий (лабораторий)**

| <b>Вид занятий</b>     | <b>Назначение аудитории</b>    |
|------------------------|--------------------------------|
| Лекция                 | Наличие компьютера и интернета |
| Практика, семинар      | Наличие компьютера и интернета |
| Самостоятельная работа | Наличие компьютера и интернета |

**Перечень специализированного оборудования**

| <b>Перечень используемого оборудования</b>                         |
|--|
| Мультимедиа -проектор  |
| Панель коммутационная в сборе для подключения ноутбука и проектора |
| Экран с электроприводом  |
| Ноутбук  |

**Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине**

| <b>№ п/п</b> | <b>Наименование ПО</b>   | <b>Краткая характеристика назначения ПО</b>  | <b>Производитель ПО и/или поставщик ПО</b> |
|--------------|--|--|--|
| 1            | Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» | Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO | ЗАО "Анти-Плагиат"                         |
| 2            | Microsoft Office 365 Student Advantage   | Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами                                | ООО "Рубикон"                              |
| 3            | Office Professional Plus 2013 Russian OLP NL Academic.   | Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями   | ООО "СофтЛайн" (Москва)                    |
| 4            | Windows 7 Professional and Professional K  | Операционная система   | ООО "Рубикон"                              |
| 5            | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса  | Антивирусное программное обеспечение   | ООО «Рубикон»                              |

|   |   |  |                         |
|---|---|--|-------------------------|
| 6 | Информационная система КонсультантПлюс                | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации                | ООО «КонсультантКи-ров» |
| 7 | Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации                | ООО «Гарант-Сервис»     |
| 8 | Security Essentials (Защитник Windows)                | Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов. | Microsoft               |

#### **4. МАТЕРИАЛЫ, УСТАНОВЛИВАЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ (ТКУ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ**

*Формы ТКУ:*

- тест;
- практическая работа;

*Формы самостоятельной работы:*

- решение кейсов;
- проектная деятельность;
- работа с лекционным материалом: проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы;
- практические занятия: выполнение задания в соответствии с инструкциями и методическими указаниями преподавателя, получение результата.

#### **5. МАТЕРИАЛЫ, УСТАНОВЛИВАЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНЫХ АТТЕСТАЦИЙ**

Не предусмотрены.