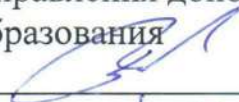


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель начальника
Управления дополнительного
образования

/А.В.Ральников
«02» апреля 2024 г.
04-04-2024-0747-1376

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины (модуля)
«Цифровая экономика»

дополнительной профессиональной программы –
программы профессиональной переподготовки
«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Киров, 2024

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями дополнительной профессиональной программы – программы профессиональной переподготовки «Интернет-маркетинг».

Рабочая программа разработана:
Катаевой Натальей Николаевной, кандидатом экономических наук, доцентом, кафедры менеджмента и маркетинга ФМиС ФГБОУ ВО «ВятГУ».

© Вятский государственный университет, 2024

© Катаева Наталья Николаевна, 2024

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

1.1 Пояснительная записка

Актуальность и значение учебной дисциплины «**Цифровая экономика**» обусловлена тем, что в условиях цифровой трансформации многие отрасли экономики динамично меняются, вместе с тем усиливается роль инструментов digital-маркетинга в цифровой экономике. В связи с этим, в контексте постоянного роста проникновения интернета, вопросы изучения базовых принципов и инструментов цифровой экономики приобретают особую актуальность.

Цель учебной дисциплины	Формирование целостного понимания о назначении, содержании, закономерностях и особенностях использования инструментов маркетинга в цифровой экономике
Задачи учебной дисциплины	1. Познакомить слушателей с ключевыми принципами и трендами цифровой экономики. 2. Изучить особенности применения инструментов маркетинга в цифровой экономике. 3. Изучить инструменты и каналы digital-маркетинга.

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: Способность выбирать каналы продвижения в информационно-коммуникационной сети Интернет.	Владеть понятийным аппаратом маркетинга в цифровой экономике., методологией клиенториентированного маркетинга как основной цифрового маркетинга.	Уметь выбирать каналы продвижения в информационно-коммуникационной сети Интернет, отвечающие целям и задачам предпринимательской деятельности	Знать особенности цифровых каналов продаж и продвижения, особенности маркетинга в цифровой экономике. Факторы развития интернет-рынков.

**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	36	18	8	10	-	-	16	2	Зачет

Тематический план

№ п/п	Основные разделы и темы учебной дисциплины	Часы		
		Лекции	Практические (семинарские занятия)	Самостоятельная работа
1.	Основные понятия и принципы цифровой экономики	2	2	4
2.	Цифровизация секторов экономики	2	2	4
3.	Маркетинг в цифровой экономике	2	2	4
4.	Инструменты маркетинга в цифровой экономике	2	4	4
	Итого:	8	10	16

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

Разделы / темы учебной дисциплины	Количество часов	Компетенции	Общее количество компетенций
		ПК-1	
Основные понятия и принципы цифровой экономики	8	+	1
Цифровизация секторов экономики	8	+	1
Маркетинг в цифровой экономике	8	+	1
Инструменты маркетинга в цифровой экономике	10	+	1
Промежуточная аттестация	2	+	1
Итого:	36		

Краткое содержание учебной дисциплины:

Тема 1. Основные понятия и принципы цифровой экономики.

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.

Тема 2. Цифровизация секторов экономики.

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».

Тема 3. Маркетинг в цифровой экономике.

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.

Тема 4. Инструменты маркетинга в цифровой экономике.

Инструменты классического маркетинга: 4Р и 4С. Инструменты digital-маркетинга. Каналы digital-маркетинга. Онлайн-инструменты digital-маркетинга. Способы выбора инструментов digital-маркетинга.

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Методические рекомендации для преподавателя

Основными формами проведения аудиторных занятий со слушателями по учебной дисциплине «Цифровая экономика» являются лекции и практические (семинарские) занятия.

Лекционный материал преподается в двух формах, дополняющих и отчасти дублирующих друг друга. Усвоение материала устных лекций, проводимых преподавателем в аудитории, предполагает использование мультимедийных материалов (презентаций), поэтому основные положения, требующие письменной фиксации, дублируются визуально, что не позволяет слушателям пропустить часть материала в ходе лекции.

На практических занятиях слушатели осваивают навыки информационно-аналитического проведения подготовки проекта; организации и проведения подготовки и реализации проекта; управления и контроля подготовки и реализации проекта.

Самостоятельная работа слушателей заключается в изучении дополнительных материалов по представленным во время контактных занятий темам.

Список литературы и дополнительных источников предоставляется вместе с материалами курса, однако не ограничивает слушателя в изучении других источников.

В ходе преподавания используются современные актуальные практические кейсы и тестовые задания. Кейсы адаптированы под конкретные категории слушателей.

Итоговая аттестация (зачет) проводится в форме тестирования по материалам изученных тем.

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. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утверждена протоколом заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 4 июня 2019 г. № 7) [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения 22.03.2024).

2. Указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. N 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://base.garant.ru/74404210/> (дата обращения 22.03.2024).

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. - 2-е изд., пересм. - Москва: Дашков и К°, 2021. - 346 с.: табл. - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274>.

4. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; под ред. Е. В. Попов. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020. - 103 с.: ил., табл. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056>.

5. Романенко, Е. В. Цифровая экономика и рынок труда: учебное пособие / Е. В. Романенко. - Омск: СибАДИ, 2023. - 44 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/338603>.

6. Фокина, Ольга Васильевна. Основы маркетинга в цифровой экономике : учебно-методическое пособие для обучающихся направлений: 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.05 "Менеджмент",

27.03.05 "Инноватика", 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление", 38.03.03 "Управление персоналом", 43.03.02 "Туризм", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" всех профилей подготовки, всех форм обучения / О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - 2-е изд., доп. и перераб. - Киров: ВятГУ, 2022. - 30 с. on-line. - URL: <https://lib.vyatsu.ru>.

7. Оверби, Х. Цифровая экономика: как информационно-коммуникационные технологии влияют на рынки, бизнес и инновации: учебник / Х. Оверби, Я. А. Одестад ; под науч. ред. М. И. Левин. - Москва: Дело, 2022. - 288 с.: ил. - (Академическая книга). - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698627>.

8. Кметь, Е. Б. Цифровой маркетинг: учебник для вузов / Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко. - Санкт-Петербург: Лань, 2023. - 128 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/345998>.

9. Цифровой бизнес и сквозные цифровые технологии: теория и практика. - Москва: РТУ МИРЭА, 2022. - . - URL: <https://e.lanbook.com/book/310913>.

Дополнительная литература

10. Романенко, Е. В. Государственное управление цифровой экономикой: методические указания для проведения практических занятий и организации самостоятельной работы / Е. В. Романенко. - Омск: СибАДИ, 2023. - 31 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/338582>.

11. Национальная научно-практическая конференция «Цифровые технологии и управление качеством в технических системах»: Сборник научных статей. - Москва: РТУ МИРЭА, 2023. - URL: <https://e.lanbook.com/book/329045>.

12. Маркетинговое сопровождение инноваций в цифровой экономике: теория и практика: монография / Д. Н. Пантелеев, Е. А. Березина, А. А. Созинова [и др.]; ВятГУ. - Киров: ВятГУ, 2022. - 199 с. on-line. - URL: <https://lib.vyatsu.ru>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-98228-255-2.

13. Основные тренды цифровой трансформации экономики: монография. - Владивосток: ВВГУ, 2022. - 144 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/330659>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9736-0656-5.

14. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие / А. Г. Сковиков. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 260 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/189400>.

15. Богданова, Е. С. Концепция инфокоммуникационной сети как основа разработки интегрированных логистических систем предприятия в условиях цифровой экономики: монография / Е. С. Богданова, Д. Г. Неволин, З. Б. Хмельницкая. - Екатеринбург: [б. и.], 2022. - 138 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/264188>.

16. Цифровые системы управления и обработки информации. - Санкт-Петербург: ГУАП, 2022 - URL: <https://e.lanbook.com/book/340970>.

17. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг: учебник / Д. А. Шевченко. - Москва: Директ-Медиа, 2022. - 185 с.: ил., табл. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507>.

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

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

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса

Перечень специализированных аудиторий (лабораторий)

Вид занятий	Назначение аудитории
Лекция, практика, семинар	Учебная аудитория с мультимедийным оборудованием
Самостоятельная работа	Читальные залы библиотеки

Перечень специализированного оборудования

Перечень используемого оборудования
Мультимедиапроектор с экраном настенным
Ноутбук (персональный компьютер)

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

№ п/п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО	Производитель ПО и/или поставщик ПО
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 «КонсультантКиров»
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:

- тестирование;
- выполнение практических заданий.

Формы самостоятельной работы:

- конспектирование;
- реферирование литературы;
- аннотирование книг, статей.

5. МАТЕРИАЛЫ, УСТАНОВЛИВАЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНЫХ АТТЕСТАЦИЙ

К сдаче зачета допускаются все слушатели, проходящие обучение на данной ДПП, вне зависимости от результатов текущего контроля успеваемости и посещаемости занятий, при этом, результаты текущего контроля успеваемости могут быть использованы преподавателем при оценке уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета (тестовых заданий).

Зачет принимается преподавателями, проводившими лекции по данной учебной дисциплине.

Методические рекомендации по подготовке и проведению промежуточной аттестации:

Промежуточная аттестация проводится в целях повышения эффективности обучения, определения уровня профессиональной подготовки обучающихся и контролем за обеспечением выполнения стандартов обучения.

Перечень примерных вопросов к зачету

1. Понятие цифровой экономики и цифрового сектора.
2. Особенности цифровой экономики.
3. Основные принципы цифровой экономики.
4. Технологические тренды, являющиеся строительными блоками цифровой экономики.
5. Распространение цифровых технологий в мире.

6. Цифровые технологии и их роль в изменении секторов экономики.
7. Уровень цифровизации отдельных отраслей российской экономики.
8. Динамика изменения секторов экономики под воздействием цифровых технологий.
9. Базовая модель компетенций цифровой экономики.
10. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации».
11. Содержание, функции, принципы и концепции маркетинга в цифровой экономике.
12. Типы рынков в маркетинге.
13. Концепция маркетинга 3.0.
14. Драйверы цифрового маркетинга.
15. Основанные на ценностях матричные модели VBM, С.К. Джонсона.
16. Инструменты классического маркетинга: 4Р и 4С.
17. Инструменты digital-маркетинга.
18. Каналы digital-маркетинга.
19. Онлайн-инструменты digital-маркетинга.
20. Способы выбора инструментов digital-маркетинга.

Перечень примерных тестовых вопросов к зачету

1. Основной признак цифровой экономики:
 - поставщики
 - потребители
 - скорость
 - энергия

2. Зафиксированный в цифровом виде и терминах компетенций «путь» личностного и профессионального развития человека, включающий активности формального, неформального и формального образования в течение всей жизни
 - квалификация
 - компетентность
 - компетенция
 - персональная траектория развития

3. Способ социально-экономической деятельности, обеспечивающий эффективное взаимодействие, включая трансграничное, государства, бизнеса, научного и образовательного сообществ, граждан, и применение данных в цифровой форме в качестве ключевого фактора производства во всех сферах деятельности - это
 - интернет-маркетинг

цифровой маркетинг
потребительское общество
цифровая экономика

4. Цифровая экономика в узком смысле включает в свой состав:
- цифровое образование
 - цифровое здравоохранение
 - цифровой транспорт
 - цифровые сервисы
5. Волонтерская модель в цифровой экономике называется (англоязычная версия):
- Open Source
 - Internet-marketing
 - Market Source
 - Scoupe
6. Четвертым элементом в технологии 4D является:
- продукты
 - деньги
 - клиенты
 - время
7. Маркетинг 3.0 - это маркетинг
- клиенто-центричный
 - продукто-центричный
 - клиенто-продуктовый
 - ценностно-ориентированный
8. Внедрение цифровых технологий и платформенных решений в сферах образования, а также создание системы мотивации по освоению необходимых компетенций - это
- цифровая энергетика
 - цифровое образование
 - цифровое строительство
 - цифровая промышленность
9. Преобразование городского хозяйства путем развития высокотехнологичных проектов и платформ "умный город" и поддержки распространения интернета вещей - это
- цифровое строительство
 - цифровая энергетика
 - цифровая промышленность
 - цифровой город

10. Ценностные установки маркетинга 3.0:

Функциональные

Функциональные и эмоциональные

Функциональные и духовные

Функциональные, эмоциональные и духовные

11. Создание единого цифрового транспортного пространства РФ путем внедрения цифровых технологий и платформенных решений - это

цифровое строительство

цифровая промышленность

цифровая энергетика

цифровой транспорт и логистика

12. Совокупность способов и мер воздействия на потребителя при помощи цифровых коммуникаций - это

trend-marketing

scoupe-marketing

internet-marketing

digital-маркетинг