

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I»
(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
Б1.В.16 «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ»

для направления подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

по профилю
«Маркетинг в цифровой среде»

Форма обучения – очная

Санкт-Петербург
2025

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Протокол № 05.2 от 14 января 2025 г.

И.о. зав. кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»
14 января 2025 г.

_____ *E.M. Ериков*

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП ВО
14 января 2025 г.

_____ *E.M. Ериков*

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины Б1.В.16 «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ» (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12.08.2020 г., приказ утвержденного 12.08.2020 г., приказ Минобрнауки России № 970 с учетом профессиональных стандартов

06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н)

06.043 Специалист по интернет-маркетингу (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н)

Целью дисциплины является изучение инструментов маркетинга в цифровой среде.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- изучение методов оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции
- изучение методов проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения
- изучение особенностей поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- изучение влияния поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- изучение инструментов анализа поведенческих факторов на веб-сайте
- изучение методов, программ и сервисов анализа поведения посетителей веб-сайта
- выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов
- использование инструментов исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- составление алгоритмов анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- изучение проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
- изучение методов прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин
- изучение системы инструментов интернет-маркетинга
- изучение особенностей функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем
- изучение особенностей функционирования современных социальных медиа
- изучение системы показателей эффективности продвижения

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю) является формирование у обучающихся компетенций и/или части компетенций. Сформированность компетенций и/или части компетенций оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирование у обучающихся практических навыков подбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

| Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения по дисциплине (модулю) |
|--|---|
| ПК-3 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | |
| ПК-3.3.2. Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта и продукции СМИ в поисковых системах | Обучающийся владеет: - навыками по поиску организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов; - навыками по отбору организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов; - навыками продвижения интернет-сайта и продукции СМИ в поисковых системах. |
| ПК-4 Контроль и оценка эффективности | результатов продвижения продукции СМИ |
| ПК-4.3.3. Владеет методами оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции | Обучающийся владеет: - методами оценки удовлетворенности потребителей; - методами оценки мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции. |
| ПК-5 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | |
| ПК-5.3.2. Владеет методами проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения | Обучающийся владеет: - методами проведения исследований каналов продвижения; - методами проведения исследований бюджетов реализации продвижения. |
| ПК-6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | |
| ПК-6.1.1. Знает особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Обучающийся знает: - особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". |
| ПК-6.1.5. Знает как поведенческие факторы влияют на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Обучающийся знает: - поведенческие факторы посетителей сайтов телекоммуникационной сети "Интернет"; - влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". |
| ПК-6.1.6. Знает инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте | Обучающийся знает: - инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте |
| ПК-6.3.2. Владеет навыками выявления и составления списка конкурирующих веб-сайтов | Обучающийся владеет: - навыками выявления конкурирующих веб-сайтов; - навыками составления списка конкурирующих веб-сайтов. |
| ПК-7 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | |
| ПК-7.2.1. Умеет использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети | Обучающийся умеет: - использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". |

| Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения по дисциплине (модулю) |
|---|--|
| "Интернет" | |
| ПК-7.2.3. Умеет составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Обучающийся умеет: - составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". |
| ПК-7.3.1. Владеет навыками проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Обучающийся владеет: - навыками проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". |
| ПК-7.3.3. Владеет методами прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин | Обучающийся владеет: - методами прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин. |
| ПК-8 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | |
| ПК-8.1.5. Знает систему инструментов интернет-маркетинга | Обучающийся знает: - систему инструментов интернет-маркетинга. |
| ПК-8.1.10. Знает особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем | Обучающийся знает: - особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем |
| ПК-8.1.11. Знает особенности функционирования современных социальных медиа | Обучающийся знает: - особенности функционирования современных социальных медиа |
| ПК-8.3.2. Владеет навыками по разработке показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Обучающийся владеет: - навыками по разработке показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-9 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | |
| ПК-9.3.2. Владеет навыками формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Обучающийся владеет: - навыками формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". |

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | Модуль | |
|--|-------------|--------|-------|
| | | 1 | 2 |
| Контактная работа (по видам учебных занятий) | 140 | 80 | 60 |
| В том числе: | | | |
| – лекции (Л) | 52 | 32 | 20 |
| – практические занятия (ПЗ) | 88 | 48 | 40 |
| – лабораторные работы (ЛР) | | | |
| Самостоятельная работа (СРС) (всего) | 108 | 64 | 44 |
| Контроль | 40 | 36 | 4 |
| Форма контроля (промежуточной аттестации) | 3, Э, КР | Э, КР | 3 |
| Общая трудоемкость: час / з.е. | 288/8 | 180/5 | 108/3 |

Примечание: «Форма контроля» – экзамен (Э), зачет (З), курсовая работа (КР)

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Индикаторы достижения компетенций |
|-----------------|--|---|-----------------------------------|
| Модуль 1 | | | |
| 1 | Организации для продвижения продукции и интернет-сайтов | <p>Лекция 1. Поиск и отбор организаций для продвижения продукции (услуг)</p> <p>Лекция 2. Поиск и отбор организаций для продвижения интернет-сайта</p> <p>Практическое занятие по лекциям 1-2 Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции, продвижение интернет-сайта в поисковых системах</p> <p>Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы</p> | ПК-3.3.2. |
| 2 | Методы проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения | <p>Лекция 3-4. Методы проведения исследований каналов продвижения конкурентов</p> <p>Лекция 5. Методы проведения исследований бюджетов реализации продвижения</p> <p>Практическое занятие по лекциям 3-5 Проведение исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения</p> <p>Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации.</p> | ПК-5.3.2. |

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Индикаторы достижения компетенций |
|----------|--|--|--|
| 3 | Исследование поведения пользователей в сети "Интернет" | Лекция 6-8. Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Лекция 9-10. Продвижение интернет-сайта. Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в сети "Интернет" Лекция 11-12. Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте Лекция 13-14. Выявление конкурирующих веб-сайтов Лекция 15-16. Методы оценки удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции Практическое занятие по лекциям 6-16 Исследование поведения пользователей в сети "Интернет" | ПК-6.1.1. ПК-6.1.5. ПК-6.1.6. ПК-6.3.2. ПК-4.3.3. ПК-6.1.1. ПК-6.1.5. ПК-6.1.6. ПК-6.3.2. ПК-4.3.3. |
| | | Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы | ПК-6.1.1. ПК-6.1.5. ПК-6.1.6. ПК-6.3.2. ПК-4.3.3. |

Модуль 2

| | | | |
|---|---|---|--|
| 4 | Исследование спроса в сети "Интернет" | Лекция 17. Инструменты исследования спроса в сети "Интернет" Лекция 18. Алгоритмы анализа спроса в сети "Интернет" Лекция 19. Проведение исследования спроса в сети "Интернет" Лекция 20. Методы прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин Практическое занятие по лекциям 17-20 Исследование спроса в сети "Интернет" | ПК-7.2.1. ПК-7.2.3. ПК-7.3.1. ПК-7.3.3. ПК-7.2.1. ПК-7.2.3. ПК-7.3.1. ПК-7.3.3. |
| 5 | Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности | Лекция 21-22. Система инструментов интернет-маркетинга Лекция 23. Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем | ПК-8.1.5. ПК-8.1.10. |

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Индикаторы достижения компетенций |
|----------|------------------------------------|---|---|
| | продвижения в сети "Интернет" | Лекция 24. Особенности функционирования современных социальных медиа Лекция 25. Показатели эффективности продвижения в сети "Интернет" Лекция 26. Формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-8.1.11. |
| | | Практическое занятие по лекциям 21-26 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в сети "Интернет" | ПК-8.1.5. ПК-8.1.10. ПК-8.1.11. ПК-8.3.2. ПК-9.3.2. |
| | | Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. | ПК-8.1.5. ПК-8.1.10. ПК-8.1.11. ПК-8.3.2. ПК-9.3.2. |

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Л | ПЗ | ЛР | СРС | Всего |
|---|--|----|----|----|-----|-------|
| Модуль 1 | | | | | | |
| 1 | Организации для продвижения продукции и интернет-сайтов | 4 | 6 | - | 20 | 30 |
| 2 | Методы проведения исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения | 6 | 12 | - | 20 | 38 |
| 3 | Исследование поведения пользователей в сети "Интернет" | 22 | 30 | - | 24 | 76 |
| Итого | | 32 | 48 | - | 64 | 144 |
| Контроль | | | | | | 36 |
| Итого | | | | | | 180 |
| Модуль 2 | | | | | | |
| 3 | Исследование спроса в сети "Интернет" | 8 | 16 | - | 22 | 46 |
| 4 | Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в сети "Интернет" | 12 | 24 | - | 22 | 58 |
| | Итого | 20 | 40 | - | 44 | 104 |
| Контроль | | | | | | 4 |
| Итого | | | | | | 108 |
| Всего (общая трудоемкость, час.) | | | | | | 288 |

6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине являются неотъемлемой частью рабочей программы и представлены отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины, используя методические материалы дисциплины, а также учебно-методическое обеспечение, приведенное в разделе 8 рабочей программы.

2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные материалы по дисциплине).

3. По итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. оценочные материалы по дисциплине).

8. Описание материально-технического и учебно-методического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы по дисциплине

8.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, укомплектованные специализированной учебной мебелью и оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: настенным экраном (стационарным или переносным), маркерной доской и (или) меловой доской, мультимедийным проектором (стационарным или переносным).

Все помещения, используемые для проведения учебных занятий и самостоятельной работы, соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- MS Office;
- Операционная система Windows;
- Антивирус Касперский;
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ».

8.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных:

- Электронно-библиотечная система издательства «Лань». [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

- Электронно-библиотечная система ibooks.ru («Айбукс»). – URL: <https://ibooks.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

- Образовательная платформа ЮРАЙТ. – URL: <https://urait.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

- Электронно-библиотечная система Консультант студента URL: <https://www.studentlibrary.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

- Словари и энциклопедии. – URL: <http://academic.ru/> — Режим доступа: свободный.

- Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - URL: <http://cyberleninka.ru/> — Режим доступа: свободный.

- Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». Бесплатное образование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к информационным справочным системам:

– Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.5. Перечень печатных и электронных изданий, используемых в образовательном процессе:

– Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0.

– Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 164 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04874-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C16CB37A-1015-41F7-AA7A-9683B6DDF5C4.

– Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50-0CDE3679FB4B.

– Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 379 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/961C3C1E-79C5-4949-95BC-5577C0F17C94.

8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:

– Личный кабинет ЭИОС [Электронный ресурс]. – URL: my.pgups.ru — Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – URL: [https://sdo.pgups.ru](http://sdo.pgups.ru) — Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.economy.gov.ru> — Режим доступа: свободный;

– Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – URL: <http://docs.cntd.ru/> — Режим доступа: свободный.

Разработчик рабочей программы,
ст. преподаватель
14 января 2025 г.

H.E. Коклева