

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.02.2025 21:25:46  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



**Образовательное частное учреждение высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ, ЛИДЕРСТВА И МЕНЕДЖМЕНТА**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор института  
международной экономики,  
лидерства и менеджмента  
\_\_\_\_\_ А. А. Панарин  
«04» октября 2024г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Цифровой маркетинг**

**Направление подготовки**

**38.04.02 Менеджмент**

**(уровень магистратура)**

**Направленность (профиль):**

**Цифровое и технологическое предпринимательство**

**Формы обучения: очная, заочная**

**Москва**

Рабочая программа дисциплины «Цифровой маркетинг». Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль): «Цифровое и технологическое предпринимательство» / Т. Л. Мищенко. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова – 19с.

Рабочая программа магистратуры составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 952 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент» (зарегистрирован 21.08.2020 № 59391) и профессионального стандарта «Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 ноября 2022 N 731н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 декабря 2022 г. регистрационный № 71783) согласована и рекомендована к утверждению.

Разработчики:	<u>Т. Л. Мищенко, к. э. н.</u>
Ответственный рецензент:	<u>М. К. Чистякова, кандидат экономических наук, доцент, декан экономического факультета ОАНО ВО «Московский психолого-социального университета»</u> <i>(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)</i>

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры инновационного менеджмента и предпринимательства 04.10.2024г., протокол №2

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / Т. В. Новикова, к. э. н., доцент  
(подпись)

Согласовано от библиотеки \_\_\_\_\_ / О. Е. Степкина  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Цифровой маркетинг» является формирование знаний и навыков использования инструментов цифрового маркетинга в технологическом предпринимательстве.

Основными задачами дисциплины являются:

- приобретение практических умений определять оптимальную технологию цифрового маркетинга для наиболее эффективной коммуникации с целевой аудиторией;
- овладение навыками разработки и реализации стратегии продвижения бренда в интернете;
- овладение навыками создания и запуска рекламных кампаний в социальных сетях и отслеживания их эффективности;
- формирование навыков создания контента для продвижения организации в интернете для привлечения целевой аудитории, создания позитивного имиджа, управления репутацией и формирования лояльности целевой аудитории.

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Цифровой маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций, которые позволят усваивать теоретический материал дисциплины и реализовывать практические задачи и достигать планируемые результаты обучения по дисциплине.

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
ПК-5	Способен осуществлять разработку завершающих документов по результатам выполнения заданий на разработку стратегии развития системы внутреннего контроля	<b>ИПК-5.1 Знать:</b> Системы внутреннего нормативного регулирования экономического субъекта <b>ИПК-5.2 Уметь:</b> Оценивать соответствие работы системы внутреннего контроля нормативной базе <b>ИПК-5.3 Владеть:</b> Навыками разработки завершающих документов по результатам выполнения заданий на разработку стратегии развития системы внутреннего контроля
ПК-7	Способен осуществлять разработку нормативной базы, регламентирующей порядок формирования отчетных документов о работе системы внутреннего контроля экономического субъекта	<b>ИПК-7.1 Знать:</b> Требования нормативной базы экономического субъекта к формированию отчетности о работе его структурных подразделений <b>ИПК-7.2 Уметь:</b> Формировать нормативную базу, регламентирующую порядок разработки отчетных документов по работе системы внутреннего контроля экономического субъекта <b>ИПК-7.3 Владеть:</b> Навыками разработки нормативной базы, регламентирующей порядок формирования отчетных документов о работе системы внутреннего контроля экономического субъекта

**РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ**

Дисциплина «Цифровой маркетинг» изучается в 3, 4 семестре и относится к Блоку Б.1 «Дисциплины (модули)», «Часть, формируемая участниками образовательных отношений».

**РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ  
(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

**Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы**

**на очной форме обучения**

Семестр 3										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
6	216	32		32				116		36 экзамен

**на заочной форме обучения**

Семестр 4										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
6	216	4		8				168		36 экзамен

**Тематический план дисциплины**

**Очная форма обучения**

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
3 семестр								
Тема 1. Цифровой маркетинг в технологическом предпринима-	8		8		26			42

тельстве. Сущность и тенденции развития цифрового маркетинга								
Тема 2. Технологии цифрового маркетинга. Цифровые маркетинговые коммуникации	8		8		26			42
Тема 3. Интернет-аналитика цифрового маркетинга	8		8		27			43
Тема 4. Бренд-менеджмент в технологическом предпринимательстве.	8		8		27			43
Курсовая работа					10			10
Экзамен							36	36
<b>Итого</b>	<b>32</b>		<b>32</b>		<b>116</b>		<b>36</b>	<b>216</b>

### Заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
4 семестр								
Тема 1. Цифровой маркетинг в технологическом предпринимательстве. Сущность и тенденции развития цифрового маркетинга	1		2		39			42
Тема 2. Технологии цифрового маркетинга. Цифровые маркетинговые коммуникации	1		2		39			42
Тема 3. Интернет-аналитика цифрового маркетинга	1		2		40			43
Тема 4. Бренд-менеджмент	1		2		40			43

в технологическом предпринимательстве.								
Курсовая работа					10			10
Экзамен							36	36
Итого за 4 семестр	<b>4</b>		<b>8</b>		<b>168</b>		<b>36</b>	<b>216</b>

### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование раздела\темы дисциплины	Содержание раздела дисциплины
Тема 1. Цифровой маркетинг в технологическом предпринимательстве. Сущность и тенденции развития цифрового маркетинга	Сущность и значение цифрового маркетинга продвижении технологических проектов. Цифровые инструменты: видео-маркетинг, маркетинг влияния, омниканальный маркетинг, гео-маркетинг, контент-маркетинг.
Тема 2. Технологии цифрового маркетинга. Цифровые маркетинговые коммуникации	А/В Сплит-тестирование в SEO, алгоритмичная реклама, чат-боты, персонализация, мессенджеры, визуальный поиск, голосовой поиск и умные динамики, истории в социальных сетях, push-уведомления браузера, социальная коммерция, дополненная реальность (AR) и иммерсивные технологии, прогнозная и расширенная аналитика, прогрессивные веб-приложения (PWA), пользовательский контент
Тема 3. Интернет-аналитика цифрового маркетинга	Принципы сбора интернет-статистики. Место аналитики в цифровом маркетинге. Алгоритм записи данных в log-файл сервера. Методы обработки статистических данных. Интеллектуальная обработка данных. Моделирование процессов и систем.
Тема 4. Бренд-менеджмент в технологическом предпринимательстве.	Классификации брендов, количественное определение бренда, компоненты успешного бренда. Составные элементы бренда: товарный знак; слоган; упаковка; маркетинговые коммуникации; ценовая политика; технологические особенности создания товара и предоставления услуги; рекламные сообщения; медиа-стратегия; каналы сбыта. Определение «ценности бренда». Идентичность бренда.

### Занятия семинарского типа (Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)

#### Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

### **Тема 1 Цифровой маркетинг в технологическом предпринимательстве**

1. Современные тенденции развития цифрового маркетинга.
2. Новые цифровые методы обработки и использования информации.
3. Какие возможности открывает распространение интернета вещей.
4. Стратегическое направление цифрового маркетинга.
5. Основные преимущества и недостатки цифрового маркетинга.

### **Тема 2. Технологии цифрового маркетинга. Цифровые маркетинговые коммуникации**

1. Классификация партнерских программ в маркетинге.
2. Классификация Affiliate-программ.
3. Предпосылки возникновения CRM-систем.
4. Возможности CRM-системы для осуществления коммуникативной политики.
5. Возможности CRM-системы для осуществления маркетинговых исследований.
6. Прогрессивные веб-приложения (PWA), чат-боты, мессенджеры, push-уведомления браузера.

### **Тема 3. Интернет-аналитика цифрового маркетинга**

1. Принципы сбора статистики в интернете.
2. Преимущества автоматизации сбора данных.
3. Алгоритм работы встроенного счетчика посещений сайта.
4. Технологии и инструменты сбора статистики.
5. Методы обработки статистических данных.

### **Тема 4. Бренд-менеджмент в технологическом предпринимательстве.**

1. Классификации брендов, количественное определение бренда, компоненты успешного бренда.
2. Ценность и идентичность бренда.
3. Многомерная модель восприятия бренда. Сенсорный подход в построении бренда.
4. Атрибутивное позиционирование бренда
5. Капитал бренда
6. Лояльность к бренду
7. Матрица потенциала бренда
8. Визуальные идентификаторы бренда

## Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы бакалавра. Формы самостоятельной работы, обучаемых могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение литературы, веб-ресурсов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

### Самостоятельная работа

Наименование разделов/ тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 1. Цифровой маркетинг в технологическом предпринимательстве. Сущность и тенденции развития цифрового маркетинга.	-усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно-методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; -выполнение устных упражнений; -выполнение письменных упражнений и практических работ; -выполнение творческих работ
Тема 2. Технологии цифрового маркетинга. Цифровые маркетинговые коммуникации	-усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно-методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; -выполнение устных упражнений; -выполнение письменных упражнений и практических работ; -выполнение творческих работ
Тема 3. Интернет-аналитика цифрового маркетинга	-усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно-методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; -выполнение устных упражнений; -выполнение письменных упражнений и практических работ; -выполнение творческих работ
Тема 4. Бренд-менеджмент в технологическом предпринимательстве.	-усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно-методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; -выполнение устных упражнений; -выполнение письменных упражнений и практических работ; -выполнение творческих работ

## 5.1. Примерная тематика эссе<sup>1</sup>

1. Роль цифрового маркетинга в стратегии и тактике торгово-производственной компании.
2. Составляющие концепции маркетинг-микс в цифровом маркетинге.
3. Методы формирования положительного клиентского опыта в цифровом маркетинге.
4. Использование когнитивных технологий и сервисов в маркетинге
5. Преимущества цифровых каналов коммуникации.
6. Цели продвижения продукта в цифровых каналах.
7. Этапы цифровой маркетинговой стратегии продвижения продукта.
8. Способы сегментации целевой аудитории.
9. Виды лидов в цифровом маркетинге.
10. Элементы посадочных страниц.
11. Принципы работы контекстной рекламы.
12. Формирование стоимости контекстной рекламы.
13. Системы веб-аналитики.
14. Виды и типы контента.
15. Структура контент-плана.
16. Аудитория социальных сетей.
17. Типы сообществ в социальных сетях.
18. Сторителлинг в социальных сетях.
19. Рекламные форматы в социальных сетях.
20. Формирование стоимости рекламы в социальных сетях.
21. Посев видео в цифровых каналах.
22. Виды рекламы в цифровом маркетинге.
23. Использование мессенджеров для продвижения продуктов.
24. Типы e-mail рассылок.
25. Способы и механики интеграции цифровых каналов с офлайном.
26. Ключевые показатели эффективности в digital.
27. Оценка эффективности маркетинговой кампании в digital.
28. Перспективы развития цифрового маркетинга в мире и в России.
29. Развитие цифрового маркетинга в странах ЕС.
30. Развитие цифрового маркетинга в США.
31. Мобильный интернет-маркетинг
32. Цифровые технологии в маркетинговых исследованиях

## РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения дисциплины «Цифровой маркетинг» для оценивания сформированности общекультурных и профессиональных компетенций используются оценочные средства, представленные в таблице

---

<sup>1</sup> Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой	Типовые вопросы и задания	Примеры тестовых заданий
<b>ПК-5 Способен осуществлять разработку завершающих документов по результатам выполнения заданий на разработку стратегии развития системы внутреннего контроля</b>		
ИПК-5.1.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-5.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-5.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
<b>ПК-7 Способен осуществлять разработку нормативной базы, регламентирующей порядок формирования отчетных документов о работе системы внутреннего контроля экономического субъекта</b>		
ИПК-7.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-7.2	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-7.3	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

## 6.2. Типовые вопросы и задания

### Перечень вопросов

1. Особенности цифрового маркетинга
2. Задачи и стратегии выполняет цифровой маркетинг
3. Основные каналы цифрового маркетинга
4. Что такое маркетинговая воронка? Дайте характеристику
5. Этапы стратегического планирования в организации
6. Что такое Взлом роста? Приведите примеры
7. Основные составляющие входят в Performance-маркетинг
8. Посадочная страница, как с ней работать
9. Портрет целевой аудитории
10. Маркетинг-микс, в чем его суть
11. Лидогенерация, цель и задачи, функции
12. Стратегия перфоманс-маркетинга
13. Модели микс 4P, 5P, 6P, 7P
14. Инструменты для сбора данных о клиентах
15. a/b тестирование
16. data-driven подход, задачи и функции
17. Этапы выстраивания стратегии data-driven
18. Метрики data-driven маркетинга
19. SCRUM используют в цифровом маркетинге
20. Как сформировать SCRUM-команду
21. Особенности работы в маркетинговой команде
22. Гибкая методология Agile. В чем заключается суть гибкой методологии?
23. Структура маркетинговой команды
24. Применение искусственного интеллекта в цифровом маркетинге
25. Роль искусственного интеллекта при разработке маркетинговой стратегии
26. Перспективы развития ИИ в цифровом маркетинге? Приведите примеры
27. Инструменты ИИ в цифровом маркетинге

28. Понятие большие данные. Какие функции выполняют большие данные в цифровом маркетинге?
29. Блокчейн, цели и функции в цифровом маркетинге
30. Преимущества компаний, которые используют большие данные
31. Перспективы развития цифрового маркетинга с использованием больших данных.

### 6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
<b>ПК-5</b>	<p>1. Какой из принципов не применяется при проектировании маркетинговой информационной системы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) системности;</li> <li>б) комплексности;</li> <li>в) абстрагирования;</li> <li>г) приоритета субъекта над объектом управления;</li> </ul> <p>2. Инфраструктура, предназначенная для использования одной организацией, включающей несколько потребителей (например, подразделений одной организации)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) частное облако</li> <li>б) публичное облако</li> <li>в) гибридное облако</li> <li>г) общественное облако</li> </ul> <p>3. Отличительной особенностью методологии IDEF0:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) четкий учет соподчинённости объектов</li> <li>б) активное использование математических моделей и инструментов анализа</li> <li>в) использование комбинационно-синтезирующего метода</li> <li>г) коллективное проектирование</li> </ul>
<b>ПК-7</b>	<p>1. SEO расшифровывают как:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) Sale environment organization—организация среды торговли;</li> <li>б) поисковый движок оптимизация —поисковая оптимизация;</li> <li>в) System equipment option —опция системного оборудования;</li> <li>г) standard evaluation operation—стандартная операция оценивания.</li> </ul> <p>2. Демонстрация рекламы и предоставление информации четко определенной интернет-аудитории —это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) таргетинг;</li> <li>б) трекинг;</li> <li>в) эмиссия;</li> <li>г) конверсия.</li> </ul> <p>3. Технология, дающая возможность оплачивать товары/услуги банковскими картами через сеть, —это интернет ...:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) эквайринг;</li> <li>б) торговля;</li> <li>в) сайт;</li> <li>г) фандрайзинг</li> </ul>

## 6.4. Оценочные шкалы

### 6.4.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

#### Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

#### Шкала оценивания при письменной работе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

### 6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы (контрольной работы, эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

#### Шкала оценивания контрольной работы и эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;

	- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

#### 6.4.3. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

#### Шкала оценивания на экзамене, зачете с оценкой

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Обучающийся должен: - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
Хорошо	Обучающийся должен: - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; - достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

### Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
«Зачтено»	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Не зачтено»	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

### 6.4.4. Тестирование

#### Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

### 6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос – это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм

контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ (кейс) – это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных

областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Деловая и/или ролевая игра – совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

«Круглый стол», дискуссия – интерактивные оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Занятие может проводить по традиционной (контактной) технологии, либо с использованием телекоммуникационных технологий.

Проект – конечный профессионально-ориентированный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

## **Раздел 7. Методические указания для обучающихся по основанию дисциплины**

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку 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.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экза-

мену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

### **7.1. Методические рекомендации по написанию эссе**

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники, авторитетные точки зрениями и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### **7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов**

Кейс-метод (Case study) – метод анализа реальной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### **7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ документов, текстов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем;
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

## РАЗДЕЛ 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Основная литература**

1. Бекмурзаев, И. Д. Цифровой маркетинг: учебное пособие / И. Д. Бекмурзаев, Я. Э. Дадаев. — Грозный: Чеченский государственный университет, 2024. — 104 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/147959.html>
2. Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг: учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва. — Москва: Прометей, 2021. — 164 с. — ISBN 978-5-00172-088-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/125686.html>

### **Дополнительная литература**

1. Кадацкая, Д. В. Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики: учебное пособие / Д. В. Кадацкая. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-361-00833-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110192.html>
2. Маркетинговое управление разработкой продукта: учебное пособие / И.И. Скоробогатых [и др.]. — Москва: Дашков и К, 2022. — 176 с. — ISBN 978-5-394-04827-2. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120722.htm>

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

#### ***Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы***

##### ***Интернет-ресурсы,***

Организация безопасности и сотрудничества в Европе: <http://www.osce.org/>

Организация Объединенных наций: <http://www.un.org/>

Организация по Безопасности и Сотрудничеству в Европе: [www.osce.org](http://www.osce.org)

Совет Европы: <http://www.coe.int>

ЮНЕСКО: <http://www.unesco.org>

##### ***современные профессиональные базы данных,***

Всемирная организация здравоохранения: <http://www.who.ch/>

Всемирная торговая организация: [www.wto.org](http://www.wto.org)

Европейский парламент: <http://www.europarl.eu.int>

Европейский Союз: <http://europa.eu.int>

Международная организация труда: <http://www.ilo.org>

##### ***информационно-справочные и поисковые системы***

ЭБС «IPRsmart» <http://www.iprbookshop.ru>

Справочная правовая система «КонсультантПлюс»: <http://www.con-sultant.ru>

### **Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г. ) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

### **Программное обеспечение отечественного производства:**

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г. ) (срок действия до 10.07.2027г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2027г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2027г.)

## **РАЗДЕЛ 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<u>Оборудование:</u> специализированная мебель (мебель аудиторная (12 столов, 24 стульев, доска аудиторная навесная), стол преподавателя, стул преподавателя. <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).
Помещение для самостоятельной работы	Специализированная мебель (9 столов, 9 стульев), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета