МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 43

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель направления

проф.,д.э.н.,проф.
(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

(подпись)
«15» июня 2023 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«ИТ-модуль "Цифровой маркетинг и медиа"»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в социально-политической сфере
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург– 2021

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

Доцент, к.т.н.	12.06.23	Т.И. Белая
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 43

«15» июня 2023 г, протокол № 05/2023

Заведующий кафедрой № 43

д.т.н.,проф.	15.06.2023	М.Ю. Охтилев
(уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(01)

проф.,д.э.н.,проф.	15.06.23	К.В. Лосев
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института №8 по методической работе

доц.,к.э.н.,доц.	15.06.2023	Л.В. Рудакова
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «ИТ-модуль "Цифровой маркетинг и медиа"» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в социально-политической сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№43».

Дисциплина не является обязательной при освоении обучающимся образовательной программы и направлена на углубленное формирование следующих компетенций:

УК-6 «Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с деятельностью и коммуникациями в современной цифровой среде, анализом данных для успешной профессиональной деятельности..

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: *лекции в формате онлайн, самостоятельная работа обучающегося, консультации с применением дистанционных образовательных технологий, производственную практику..*

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

ИТ-модуль состоит из двух взаимосвязанных частей. Для каждой части, логически разделённых семестрами обучения, поставлена своя цель, связанная с приобретением системных знаний для получения новой профессии. Таким образом, целями преподавания ИТ-модуля являются:

а) приобретение системных знаний в сфере цифрового маркетинга, цифровых коммуникаций и медиа в профессиональной деятельности (5 семестр);

б) приобретение системных знаний и навыков в области прикладных аспектов использования современного веб-аналитического инструментария и методов веб-аналитики (6 семестр).

По результатам освоения ИТ-модуля у обучающихся формируются необходимые знания, умения и навыки, соответствующие дополнительной квалификации «Специалист по интернет-маркетингу» 6 уровня.

1.2. Дисциплина является факультативной дисциплиной по направлению образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.З.1 знать основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни УК-6.З.2 знать образовательные Интернет-ресурсы, возможности и ограничения образовательного процесса при использовании цифровых технологий УК-6.У.1 уметь управлять своим временем; ставить себе образовательные цели под возникающие жизненные задачи УК-6.У.2 уметь находить информацию и использовать цифровые инструменты в целях самообразования УК-6.В.1 владеть навыками определения приоритетов личностного роста; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни УК-6.В.2 владеть навыками использования цифровых инструментов для саморазвития и самообразования

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Информатика»,
- «Информационные технологии»,

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам	
		№5	№6
1	2	3	4
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	7/ 252	3/ 108	4/ 144
Из них часов практической подготовки			
Аудиторные занятия, всего час.	68	34	34
в том числе:			
лекции (Л), (час)	34	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	34	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)			
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)			
экзамен, (час)			
Самостоятельная работа, всего (час)	184	74	110
***Вид промежуточной аттестации*:** зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Зачет, Дифф. Зач.	Зачет	Дифф. Зач.

Примечание: **кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 5					
Раздел 1. Современные технологии цифрового маркетинга Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Тема 1.2. Поведение потребителей в цифровой среде Тема 1.3. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга	8	8	-	-	32
Раздел 1. Современные технологии цифрового маркетинга Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Тема 1.2. Поведение потребителей в цифровой среде Тема 1.3. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга	9	9	-	-	42
Итого в семестре:	17	17			74
Семестр 6					

Раздел 1. История развития глобальной информационно-коммуникационной сети Интернет и становление веб-аналитики Тема 1.1. Информационная сеть интернет и WWW. Тема 2.1. Развитие World Wide Web.	6	4	-	-	20
Раздел 2. Методология web-анализа	5	6	-	-	50
Раздел 3. Инструментарий веб-анализа	6	7	-	-	40
Итого в семестре:	17	17	-	-	110
Итого	34	34	0	0	184

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Раздел 1. Современные технологии цифрового маркетинга Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Тема 1.1.1. Маркетинг как актуальная философия ведения бизнеса Тема 1.1.2. Определение цифрового маркетинга. Тема 1.1.3. Комплекс маркетинга в цифровой среде Тема 1.1.4. Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга Тема 1.2. Поведение потребителей в цифровой среде Тема 1.2.1. Потребители в цифровой среде Тема 1.2.2. Тренды в потребительском поведении Тема 1.3. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга Тема 1.3.1. Основные каналы цифрового маркетинг Тема 1.3.2. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг Тема 1.3.3. Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий Тема 1.3.4. Ландшафт цифрового рынка в России
2	Раздел 2. Цифровой маркетинг в технологическом предпринимательстве Тема 2.1. Сущность и значение цифрового маркетинга продвижении технологических проектов. Тема 2.2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга Тема 2.2.1. SEO сайта Тема 2.2.2. SMM Тема 2.2.3. КОНТЕНТ – МАРКЕТИНГ Тема 2.2.4. РЕКЛАМА Тема 2.2.5. МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ Тема 2.2.6. E-MAIL-МАРКЕТИНГ Тема 2.3. Инструменты цифрового маркетинга Тема 2.3.1. Основные инструменты цифрового маркетинга Тема 2.3.2. Тренды цифрового маркетинга

3	Раздел 3. История развития глобальной информационно-коммуникационной сети Интернет и становление веб-аналитики Тема 3.1. Информационная сеть интернет и WWW. Тема 3.1.1. Информационная сеть – причины появления и функции сети. Тема 3.1.2. Информационная сеть ARPANET – причины появления и функции сети Тема 3.1.3. Развитие проколов TCP/IP, IRC. Появление DNS. Протокол HTTP, FTP и язык HTML. Тема 3.1.2 Развитие World Wide Web. Тема 3.3. Появление мессенджеров и социальных сетей
4	Тема 4.1. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. Тема 4.2. Анализ данных из электронной торговли. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика Тема 4.3. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий.
5	Раздел 5. Инструментарий веб-анализа Тема 5.1. Инструменты сбора статистики: счетчики и логанализаторы Тема 5.2. Системы интернет-статистики: Яндекс.Метрика Тема 5.3. Системы интернет-статистики: Google Analytics

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 5					
1	Стратегический анализ и разработка цифровой стратегии	Онлайн выполнение практических заданий	8	8	1
2	Продвижение сайта в поисковых системах	Онлайн выполнение практических заданий	9	9	2
Семестр 6					
3	Сравнительный анализ функциональности различных систем веб-аналитики	кейс	4	4	3
4	Google Analytics	кейс	6	6	3, 4
5	Яндекс.Метрика	кейс	7	7	3-5
6	Практико-ориентированный проект		17		1-5
Всего			51		

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 5, час	Семестр 6, час
1	2	3	4
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	60	30	30
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	60	24	30
Домашнее задание (ДЗ)	-	-	-
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	64	20	50
Всего:	184	74	110

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
https://urait.ru/bcode/520372	Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 68 с.	-

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	– (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15010-0.	
https://urait.ru/bcode/515504	Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 208 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07962-3.	-
https://urait.ru/bcode/511415	Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 472 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13680-7.	-
https://urait.ru/bcode/511020	Анализ данных : учебник для вузов / В. С. Мхитарян [и др.] ; под редакцией В. С. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 490 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00616-2	-
https://urait.ru/bcode/510958	Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 335 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15098-8	-
https://urait.ru/bcode/511008	Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 363 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04357-0	-
https://urait.ru/bcode/511401	Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 315 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-05189-6	-
https://urait.ru/bcode/510978	Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 474 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13282-3	-
https://urait.ru/bcode/511454	Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 444 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07447-5	-
https://urait.ru/bcode/520339	Анализ научно-технических данных и результатов исследований : учебник для вузов / А. Н. Асаул, Е. И. Рыбнов, Г. Ф. Щербина, М. А. Асаул. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 240 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15448-1.	-
https://urait.ru/bcode/514879	Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 424 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04944-2	-
https://urait.ru/bcode/511527	Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для вузов / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 337 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14499-4	-
https://urait.ru/bcode/517550	Прокофьева, Т. А. Системный анализ в менеджменте :	-

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	учебник для вузов / Т. А. Прокофьева, В. В. Челноков. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 313 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-10451-6	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://marketingplatform.google.com/about/	Google Marketing Platform
https://www.keys.so/ru/	Сервис анализа конкурентов в SEO и PPC
https://popsters.ru/	Сервис аналитики постов и страниц конкурентов в социальных сетях
https://optimacros.ru/	Универсальная Платформа BI/EPM
https://pepper.ninja/	PEPPER.NINJA: онлайн-парсер для ВКОНТАКТЕ
https://angry.space/	Инструмент для модерации и реагирования в соцсетях
https://glvrd.ru/	Главред – это сервис для улучшения текста
https://cards.smmplanner.com/	Генератор идей постов
https://www.figma.com/	Figma
https://metrika.yandex.ru/list	Яндекс.Метрика

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Яндекс.Метрика
2	Яндекс.Браузер
3	Mozilla Firefox
4	Операционная система Microsoft Windows

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Система дистанционного обучения ГУАП (СДО ГУАП) – lms.guap.ru	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средствдля проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Дифференцированный зачёт	Тесты;
Зачет	Тесты;

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	– обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления;

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
	– слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	УК-6.З.1
		УК-6.З.2
		УК-6.У.1
		УК-6.У.2
		УК-6.В.1
		УК-6.В.2

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	Веб-аналитика – это: A. Анализ качественных и количественных данных вашего сайта B. Анализ качественных и количественных данных сайтов конкурентов C. Улучшение пользовательского опыта и впечатления от текущих и потенциальных клиентов, которые взаимодействуют с вашим бизнесом через интернет D. Анализ влияния интернет-деятельности компании на результаты в онлайне E. Анализ влияния интернет-деятельности компании на результаты в офлайне	УК-6.З.1

2	Какие из представленных задач решают веб-аналитики? A. Размещение рекламных кампаний в интернете B. Разработка маркетинговых стратегий продвижения бренда в интернете C. Настройка систем аналитики и поддержка их в актуальном состоянии D. Анализ эффективности интернет-деятельности кампании на результаты в офлайне E. Поддержка работоспособности сайта	УК-6.У.1 УК-6.В.1
3	Какие пункты являются этапами работы по решению задач веб-аналитики? A. Сбор данных B. Обработка данных C. Определение пула необходимых данных D. Интерпретация	УК-6.У.2 УК-6.В.2
4	Какие основные характеристики данных используются для сегментирования клиентов в системах веб-аналитики? A. Параметры B. Показатели C. Переменные D. Вычисляемые показатели	УК-6.З.2
5	Что из перечисленного является параметром? A. Источник или канал B. Пол C. Сеансы D. Время на сайте E. Размер скидки	УК-6.З.1
6	На основе каких сущностей работают системы веб-аналитики? A. Cookies B. Сеансы C. Хит D. UserID E. Продажа	УК-6.У.2 УК-6.В.2
7	Что такое отказ? A. Просмотр клиентом меньше одной страницы B. Сеанс без совершения транзакций C. Отправка только одного хита за сеанс	УК-6.З.2
8	Какая модель атрибуции используется в базовых отчетах системы Google.Analytics? A. Последнее взаимодействие B. Первое взаимодействие C. Последнее непрямое взаимодействие D. Последнее платное взаимодействие	УК-6.У.2 УК-6.В.2
9	Для каких типов сайтов подойдет настройка электронной коммерции? A. Интернет-магазины B. Страховые компании C. Грузоперевозки D. Системы бронирования	УК-6.У.2 УК-6.В.2
10	Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса. A. Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику B. Визиты C. Процент отказов D. Среднее время, проводимое пользователями на сайте E. Отношение звонков с сайта к трафику F. Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей G. Процент прироста трафика из органической выдачи	УК-6.У.1 УК-6.В.1

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

(Ниже приводятся рекомендации по составлению данного раздела)

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала *(если предусмотрено учебным планом по данной дисциплине).*

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

– получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;

– получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;

– развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.

– появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;

– получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;

– научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);

– получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

Раздел 1. Современные технологии цифрового маркетинга

Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг.

Тема 1.1.1. Маркетинг как актуальная философия ведения бизнеса

Тема 1.1.2. Определение цифрового маркетинга.

Тема 1.1.3. Комплекс маркетинга в цифровой среде

Тема 1.1.4. Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга

Тема 1.2. Поведение потребителей в цифровой среде

Тема 1.2.1. Потребители в цифровой среде

Тема 1.2.2. Тренды в потребительском поведении

Тема 1.3. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга

Тема 1.3.1. Основные каналы цифрового маркетинг

Тема 1.3.2. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг

Тема 1.3.3. Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий

Тема 1.3.4. Ландшафт цифрового рынка в России

Раздел 2. Цифровой маркетинг в технологическом предпринимательстве

Тема 2.1. Сущность и значение цифрового маркетинга продвижении технологических проектов.

Тема 2.2. Области и стратегии применения цифрового маркетинга

Тема 2.2.1. SEO сайта

Тема 2.2.2. SMM

Тема 2.2.3. КОНТЕНТ – МАРКЕТИНГ

Тема 2.2.4. РЕКЛАМА

Тема 2.2.5. МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Тема 2.2.6. E-MAIL-МАРКЕТИНГ

Тема 2.3. Инструменты цифрового маркетинга

Тема 2.3.1. Основные инструменты цифрового маркетинга

Тема 2.3.2. Тренды цифрового маркетинга

Раздел 3. История развития глобальной информационно-коммуникационной сети Интернет и становление веб-аналитики

Тема 3.1. Информационная сеть интернет и WWW.

Тема 3.1.1. Информационная сеть – причины появления и функции сети.

Тема 3.1.2. Информационная сеть ARPANET – причины появления и функции сети

Тема 3.1.3. Развитие проколов TCP/IP, IRC. Появление DNS. Протокол HTTP, FTP и язык HTML.

Тема 3.1.2 Развитие World Wide Web.

Тема 3.3. Появление мессенджеров и социальных сетей

Раздел 4. Методология web-анализа

Тема 4.1. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели.

Тема 4.2. Анализ данных из электронной торговли. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика

Тема 4.3. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий.

Раздел 5. Инструментарий веб-анализа

Тема 5.1. Инструменты сбора статистики: счетчики и логанализаторы

Тема 5.2. Системы интернет-статистики: Яндекс.Метрика

Тема 5.3. Системы интернет-статистики: Google Analytics

Лекционный материал дисциплины представляется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (онлайн-курс).

Курс размещен в системе дистанционного обучения ГУАП (СДО ГУАП).

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах *(не предусмотрено учебным планом по данной дисциплине)*

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий *(если предусмотрено учебным планом по данной дисциплине)*

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

– закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;

– развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;

– овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;

– выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;

– обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий в 5 семестре

Студентам требуется выполнить следующие практические работы.

1. Стратегический анализ и разработка цифровой стратегии
2. Продвижение сайта в поисковых системах

Студентам требуется предоставить отчеты по практическим работам № 1-3, так как навыки и умения, полученные при выполнении этих работ, помогут реализовать практико-ориентированный проект 6 семестра.

Выполнение работ № 1-3 будет проверено с помощью тестовых заданий. Максимальный балл при проверке составит 10 баллов. При изменении количества тестовых мероприятий максимальный балл может быть скорректирован.

Требования к проведению практических занятий в 6 семестре

1. Сравнительный анализ функциональности различных систем веб-аналитики
2. Google Analytics
3. Яндекс.Метрика

Студентам требуется предоставить отчет по практическим работам № 1-3, так как навыки и умения, полученные при выполнении этих работ, помогут реализовать практико-ориентированный проект 6 семестра. Выполнение работ 1-3 будет проверено с помощью тестовых заданий. Максимальный балл при проверке составит 10 баллов. При изменении количества тестовых мероприятий максимальный бал может быть скорректирован.

Практические занятия проводятся с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (онлайн-курс) и облачных программных инструментов.

Курс размещён в системе дистанционного обучения ГУАП (СДО ГУАП).

При составлении отчета по выполнению вышеперечисленных практических работ предусмотрена следующая структура:

1. Титульный лист
2. Цель работы.
3. Основное содержание, включающее демонстрацию выполненного задания на скриншотах, ссылки на выполненные задания в облачных программных средах, программные коды при наличии.
3. Вывод в формате эссе, в котором слушатель раскрывает назначение выполненной работы, какие навыки он приобрел в процессе ее выполнения.
4. Список использованных источников.

Однозначная принадлежность отчета студенты определена тем, что отчет может быть помещен в слот задания СДО ГУАП только после авторизации студента в системе. При успешном прохождении тестов не требуется выполнение практических работ по соответствующим темам.

В зависимости от уровня и полноты раскрытия темы студенты могут получить от 1 до 10 баллов за выполнение каждого задания. Набранные баллы суммируются и формируют итоговый балл при выставлении промежуточной аттестации по дисциплине.

Кроме практических работ в 6 семестре студенты выполняют практико-ориентированный проект. Его выполнение обязательно для получения дифференцированного зачета по дисциплине. Практико-ориентированный проект выполняется индивидуально.

Практико-ориентированный проект моделирует работу цифрового маркетолога. В ходе выполнения практико-ориентированного проекта обучающийся покажет навыки по использованию цифровых каналов коммуникации при анализе и продвижения продукта/услуги.

Предусмотрен вариант выполнения практико-ориентированного проекта по индивидуальному заданию, которое может предложить студент; индустриальный партнер; лицо, заинтересованное в проведение маркетинговых мероприятий; представитель организации, в которой проходит практику студент, решении олимпиадных задачи т.д.

Примерный перечень тем для выполнения практико-ориентированного проекта:

1) Создание и анализ семантического ядра для SEO-продвижения (по предметным областям).
2) Использование инструментов web-аналитики (по предметным областям).
3) Анализ посещаемости ресурса (по предметным областям)

Проект оформляют следующим образом:

– презентация, разработанная по установленному шаблону,
– дополнительные материалы (при необходимости);

Формой защиты практико-ориентированного проекта может быть демонстрационный экзамен (по согласованию с преподавателем) или классическая защита с предоставлением расширенного отчета и докладом о результатах проверки качества тестируемого объекта. По итогам защиты практико-ориентированного проекта студент может набрать 25 баллов.

Критерии оценивания практико-ориентированного проекта.

1) Степень раскрытия темы (уровень проведенного контроля качества) – 10 баллов.
2) Последовательность и логика изложения материала (наличие внутренней рубрикации глав, логичность структуры) – 5 баллов
3) Оформление и информационное сопровождение работы – 5 баллов.
4) Уверенная подача материала проекта на защите – 5 баллов.

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ *(не предусмотрено учебным планом по данной дисциплине)*

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению курсового проектирования/выполнения курсовой работы *(не предусмотрено учебным планом по данной дисциплине)*

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихсяявляются:

– учебно-методический материал по дисциплине;

– методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Материалы для самостоятельной работы представлены с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (онлайн-курс).

Курс размещен в системе дистанционного обучения ГУАП (СДО ГУАП).

11.7. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины. Текущий контроль успеваемости проводится в виде компьютеризированного тестирования в системе дистанционного обучения ГУАП (СДО ГУАП)

Обязательным требованием по прохождению текущего контроля является просмотр не менее 75% лекций и успешное прохождение не менее 75% предусмотренных тестов, а также выполнение обязательных практических работ.

При проведении промежуточной аттестации учитываются баллы, набранные при прохождении всех форм текущего контроля.

11.8. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Для получения зачета в 5 семестре студентам требуется набрать более 75 баллов в течение семестра в соответствие с модульно-рейтинговой системой оценивания ГУАП, определенной МДО ГУАП.СМК 2.77 «Положение о модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы обучающихся в ГУАП» и пройти итоговый тест, баллы за который входят в требуемые для получения зачета 75 баллов. Максимальный балл за итоговый тест -10. В случае недостаточного количество баллов для получения зачета в 5 семестре, студентам будет предложено пройти расширенное тестирование по обучающему материалу семестра.

– дифференцированный зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся при изучении дисциплины, при выполнении курсовых проектов, курсовых работ, научно-исследовательских работ и прохождении практик с аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Для получения дифференцированного зачета в 6 семестре студентам требуется набрать более 55 баллов в течение семестра в соответствие с модульно-рейтинговой системой оценивания ГУАП, определенной МДО ГУАП.СМК 2.77 «Положение о модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы обучающихся в ГУАП», пройти итоговый тест (баллы за который входят в баллы, набранные за семестр),

проверяющий уровень сформированности компетенций и выполнить практико-ориентированный проект/олимпиаду. Количество баллов, набранных при защите практико-ориентированного проекта/олимпиады, также входят в суммарный рейтинговый балл.

Для пересчета рейтинговых баллов в четырехбальную систему действует, утвержденная в вузе шкала пересчёта:

- менее 55 баллов – неудовлетворительно;
- 55 – 69 – удовлетворительно;
- 70 – 84 – хорошо;
- 85 – 100 – отлично.

Итоговая оценка выставляется студенту в четырехбальной системе в соответствии с МДО ГУАП.СМК 2.77 «Положение о модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы обучающихся в ГУАП»

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой