



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

Школа экономики и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровой маркетинг

43.03.02 Туризм

Туризм

Форма обучения: очная

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516)

Директор департамента: Романова Ирина Матвеевна

Дата заседания 07.12.2023 № протокола 3

Составители:

ассистент , Бехарская Екатерина Борисовна ; канд. экон. наук, доцент , Кметь Елена Борисовна

Владивосток
2024

I. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель:

Формирование у слушателей системы теоретических знаний и практических умений в области цифрового маркетинга.

Задачи:

- рассмотреть сущность, каналы, технологии и тенденции цифрового маркетинга;
- рассмотреть участников digital-рынка и процесс формирования цифрового маркетинга предприятия;
- уточнить содержание исследований в области цифрового маркетинга;
- провести сравнительный анализ сайтов, мобильных приложений, посадочных страниц и рассмотреть сущность юзабилити сайта;
- раскрыть сущность моделей монетизации сайтов и мобильных приложений:
 - раскрыть сущность и технологии SEO;
 - рассмотреть контекстную рекламу в поисковых системах и партнерских сетях;
 - раскрыть E-mail маркетинг, продвижение в мессенджерах и CPA маркетинг;
 - рассмотреть таргетированную рекламу в социальных сетях;
 - рассмотреть рекламные услуги сотовых операторов;
 - уточнить сущность анализа данных и возможности web-аналитики.

Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	--	--

<p>ПК-3 Способен к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий</p>	<p>ПК-3.4 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.</p>	<p>Знает: сущность и основные принципы контекстной рекламы на поиске; сущность и основные принципы контекстной рекламы в РСЯ и КМС; содержание маркетинга в социальных медиа; Умеет: создавать рекламную кампанию в Яндекс Директ и Google Adwords; таргетированную рекламу в социальных сетях; Владеет: навыками работы в Яндекс Директ и Google Adwords; навыками работы в рекламных кабинетах социальных сетей.</p>
<p>ПК-3 Способен к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий</p>	<p>ПК-3.5 Изучает новые информационные технологии для использования при продвижении и реализации туристского продукта</p>	<p>Знает: сущность цифрового маркетинга, структуру digital-рынка и функции основных участников; Умеет: анализировать тенденции развития digital-рынка; Владеет: навыками определения каналов и средств цифрового маркетинга предприятия.</p>
<p>ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий</p>	<p>ПК-4.3 Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты</p>	<p>Знает: направления исследований в сфере цифрового маркетинга, сущность и технологии web аналитики; Умеет: разрабатывать инструментарий исследования, создавать отчеты в Google Analytics и Яндекс Метрике; Владеет: навыками анализа результатов исследования в области продвижения; навыками работы в сервисах web-аналитики и в сервисах анализа статистик запросов в поисковых системах.</p>

II. Трудоёмкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц (108 академических часов).

III. Структура дисциплины

Форма обучения: - очная

Таблица - Структура дисциплины

№	Наименование темы дисциплины	Семестр	Вид работы	Количество часов	Формы промежуточной аттестации	Результаты обучения
1	Тема 1. Сущность цифрового маркетинга и участники digital-рынка	6	Лекционные занятия	4		ПК-3.5
2	Тема 2. Исследования в области цифрового маркетинга, анализ данных и web аналитика	6	Лекционные занятия	4		ПК-4.3
3	Тема 3. Контекстная реклама на поиске и в партнёрских сетях	6	Лекционные занятия	4		ПК-3.4
4	Тема 4. Сущность SMM и таргетированной рекламы в социальных сетях	6	Лекционные занятия	6		ПК-3.4
1	ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 1. Сущность цифрового маркетинга и участники digital-рынка	6	Лабораторные занятия	9		ПК-3.5
2	ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 2. Исследования в области цифрового маркетинга, анализ данных и web аналитика	6	Лабораторные занятия	9		ПК-4.3
3	ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 3. Контекстная реклама на поиске и в партнёрских сетях	6	Лабораторные занятия	9		ПК-3.4
4	ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 4. Сущность SMM и таргетированной рекламы в социальных сетях	6	Лабораторные занятия	9		ПК-3.4
1	Сущность цифрового маркетинга и участники digital-рынка	6	Самостоятельная работа	18		ПК-3.5
2	Исследования в области цифрового маркетинга, анализ данных и web аналитика	6	Самостоятельная работа	18		ПК-4.3

3	Сущность SMM и таргетированной рекламы в социальных сетях	6	Самостоятельная работа	18		ПК-3.4,ПК-3.5
-	Итого	6	-	108	Зачет	-

IV. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

- 1) Тема 1. Сущность цифрового маркетинга и участники digital-рынка
- 2) Тема 2. Исследования в области цифрового маркетинга, анализ данных и web аналитика
- 3) Тема 3. Контекстная реклама на поиске и в партнёрских сетях
- 4) Тема 4. Сущность SMM и таргетированной рекламы в социальных сетях

V. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия

Не предусмотрены

Лабораторные занятия

- 1) ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 1. Сущность цифрового маркетинга и участники digital-рынка
- 2) ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 2. Исследования в области цифрового маркетинга, анализ данных и web аналитика
- 3) ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 3. Контекстная реклама на поиске и в партнёрских сетях
- 4) ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 4. Сущность SMM и таргетированной рекламы в социальных сетях

VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой, Интернет ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с лекционным материалом, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;
- выполнение кейс-задач;
- подготовка к выполнению тестовых заданий на практических занятиях;
- подготовка к зачетам и экзаменам;
- другие виды деятельности, организуемые и осуществляемые образовательным учреждением и органами студенческого самоуправления.

VII. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>.
2. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев,

Т. М. Катаева, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 161 с. — ISBN 978-5-9275-3437-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/100169.html> (дата обращения: 18.02.2021).

3. Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1215151>

4. Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смолоник, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90586.html>

Дополнительная литература

1. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/100023.html>

2. Китова О.В. Цифровой бизнес: учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/989795>

3. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1055872>

4. Performance-маркетинг [Электронный ресурс]: заставьте интернет работать на вас/ Г.В. Загребельный [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблицер, 2020.— 272 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58562.html>.

5. Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 231 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1016648>

Электронно-библиотечные ресурсы и системы, информационные и справочно-правовые системы:

1. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань»
2. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.com
3. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart
4. Образовательная платформа «Юрайт»
5. Справочно-правовая система «Консультант студента»

VIII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением. Перечень материально-технического обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Таблица - Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
<p>Помещения для самостоятельной работы. Читальный зал. Номер аудитории А1007 (А1042) (№ помещения по плану БТИ 477, 10 этаж, площадь 1016,2 кв.м.</p>	<p>Помещения оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет со скоростью доступа - 500 Мбит/сек. и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ДВФУ. Комплекты учебной мебели (столы и стулья). Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 115 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox. Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C). Полноцветный копир-принтер-сканер Xerox WorkCentre 7530 (WC7530CPS).</p>
<p>Номер аудитории: G207(G328) Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа</p>	<p>Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 90) Оборудование: телевизор - 3 шт., проектор, экран; эксклюзивная документ камера; доска аудиторная</p>

<p>Номер аудитории: G411 Учебная аудитория для проведения занятий с использованием компьютерного оборудования</p>	<p>Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 25) Оборудование: проектор, экран; эксклюзивная документ камера; Доска аудиторная; компьютеры - 25 шт.</p>
<p>Номер аудитории: G414 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа</p>	<p>Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 70) Оборудование: проектор, экран; эксклюзивная документ камера; доска аудиторная</p>

Перечень программного обеспечения:

1. Правовая информационная система «Консультант-плюс» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Правовая информационная система «Гарант» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru>
3. Система управления контентом Тильда URL: <https://tilda.cc/login/>
4. Рекламный кабинет Яндекс Директ URL: <https://direct.yandex.ru/>
5. Рекламный кабинет Google Ads URL: <https://ads.google.com/>
6. Рекламный кабинет Facebook Ads Manager URL: <https://www.facebook.com/adsmanager/manage/ads/>
7. Рекламный кабинет ВКонтакте URL: https://vk.com/ads?act=office&union_id=1606892545
8. Сервис веб-аналитики Яндекс Метрика URL: <https://metrika.yandex.by/dashboard?period=week&id=44147844>
9. Сервис Веб-аналитики Google Analytics URL: <https://analytics.google.com/>

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Некоммерческое партнерство содействия развитию интерактивной рекламы IAB Russia. - URL: <https://iabrus.ru/>
2. Банк знаний Ассоциации развития интерактивной рекламы. - URL: <https://iabrus.ru/gnosis/>
3. Ассоциация Коммуникационных Агентств России: АКАР. - URL: www.akarussia.ru
4. Ассоциация рекламодателей. - URL: <http://www.assadv.ru/>
5. Ассоциация брендинговых агентства России. - URL: <http://www.russianbranding.ru>
6. Сайт компании Mediascope. - URL: <http://mediascope.net/>



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

Школа экономики и менеджмента

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровой маркетинг

43.03.02 Туризм

Туризм

Форма обучения: очная

Владивосток
2024

Цель:

Формирование у слушателей системы теоретических знаний и практических умений в области цифрового маркетинга.

Задачи:

- рассмотреть сущность, каналы, технологии и тенденции цифрового маркетинга;
- рассмотреть участников digital-рынка и процесс формирования цифрового маркетинга предприятия;
- уточнить содержание исследований в области цифрового маркетинга;
- провести сравнительный анализ сайтов, мобильных приложений, посадочных страниц и рассмотреть сущность юзабилити сайта;
- раскрыть сущность моделей монетизации сайтов и мобильных приложений:
 - раскрыть сущность и технологии SEO;
 - рассмотреть контекстную рекламу в поисковых системах и партнерских сетях;
 - раскрыть E-mail маркетинг, продвижение в мессенджерах и CPA маркетинг;
 - рассмотреть таргетированную рекламу в социальных сетях;
 - рассмотреть рекламные услуги сотовых операторов;
 - уточнить сущность анализа данных и возможности web-аналитики.

Таблица - Структура дисциплины

Индекс в УП	Курс	Семестр	Количество часов	Формы промежуточной аттестации
Б1.В.01	3	6	108	Зачет

Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-3 Способен к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ПК-3.4 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Знает: сущность и основные принципы контекстной рекламы на поиске; сущность и основные принципы контекстной рекламы в РСЯ и КМС; содержание маркетинга в социальных медиа; Умеет: создавать рекламную кампанию в Яндекс Директ и Google Adwords; таргетированную рекламу в социальных сетях; Владеет: навыками работы в Яндекс Директ и Google Adwords; навыками работы в рекламных кабинетах социальных сетей.
ПК-3 Способен к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ПК-3.5 Изучает новые информационные технологии для использования при продвижении и реализации туристского продукта	Знает: сущность цифрового маркетинга, структуру digital-рынка и функции основных участников; Умеет: анализировать тенденции развития digital-рынка; Владеет: навыками определения каналов и средств цифрового маркетинга предприятия.
ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий	ПК-4.3 Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты	Знает: направления исследований в сфере цифрового маркетинга, сущность и технологии web аналитики; Умеет: разрабатывать инструментарий исследования, создавать отчеты в Google Analytics и Яндекс Метрике; Владеет: навыками анализа результатов исследования в области продвижения; навыками работы в сервисах web-аналитики и в сервисах анализа статистик запросов в поисковых системах.

