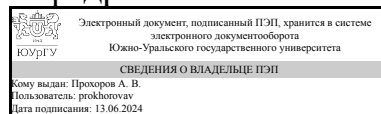


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



А. В. Прохоров

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.06 Технологии продвижения бизнеса
для направления 38.03.02 Менеджмент
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Управление организацией
форма обучения очно-заочная
кафедра-разработчик Современные образовательные технологии

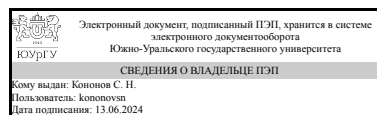
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970

Зав.кафедрой разработчика,
к.техн.н., доц.



А. В. Прохоров

Разработчик программы,
старший преподаватель



С. Н. Кононов

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование системы теоретических знаний и практических умений и навыков продвижения бизнеса. Задачи: - сформировать знания о технологиях продвижения и современных инструментах, методах и средствах продвижения бизнеса в конкурентной среде; - сформировать знания о современных технологиях продвижения в цифровой среде, приемах и методах проведения анализа эффективности маркетинговой активности; - сформировать умения и навыки выбора технологий продвижения, методов поиска, сбора, систематизации и анализа необходимой маркетинговой информации, способов оценки эффективности выбранного комплекса продвижения; - сформировать умения и навыки оставлять систему показателей эффективности продвижения бизнеса в цифровой среде; анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в Интернет общей маркетинговой стратегии организации

Краткое содержание дисциплины

Продвижение бизнеса: понятие, цели, задачи и функции. Особенности продвижения товаров и услуг. Интегрированные маркетинговые коммуникации в продвижении компании. Особенности продвижения на промышленном рынке. Интернет-маркетинг. Веб-сайт как информационный ресурс компании. Мобильный маркетинг. Инструменты и преимущества. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях. Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Бюджет. Оценка эффективности продвижения

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен реализовывать управление маркетинговой деятельностью предприятия для продвижения продуктов и услуг, а также управления проектами организации	Знает: место и роль технологий продвижения, рекламы и связи с общественностью в бизнесе; понятие и особенности рекламы и связи с общественностью в сфере предпринимательства; роль технологий продвижения бизнеса в развитии организации Умеет: организовать разработку программы продвижения бизнеса; провести сегментацию потребителей и выбор целевого рынка в рамках разработки стратегии продвижения бизнеса Имеет практический опыт: реализации разработанной стратегии продвижения бизнеса

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Исследование рынка, Управление маркетинговой деятельностью предприятия	Управление продажами и взаимодействие с клиентами

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Исследование рынка	Знает: методологию проведения исследования рынка и анализа его результатов для принятия управленческих решений Умеет: анализировать результаты маркетинговых исследований Имеет практический опыт: подготовки решения на основе полученных результатов маркетингового исследования
Управление маркетинговой деятельностью предприятия	Знает: цели и задачи управления маркетингом; роль и место управления маркетингом в менеджменте корпорации; принципы управления маркетингом; основы организации маркетинговой деятельности корпорации; процесс разработки стратегии маркетинга; процесс разработки оперативного плана маркетинга; основы организации контроля, оценки и аудита маркетинга Умеет: правильно формулировать цели и задачи управления маркетингом; сформировать адекватную организационную структуру службы маркетинга; разработать план маркетинга; ставить и решать задачи операционного маркетинга; разработать комплекс маркетинга для товара (услуги); оценить эффективность управления маркетингом организации Имеет практический опыт: разработки стратегии маркетинга; реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивация и контроль); разработки плана и бюджета маркетинга; проведения контроля, оценки и аудита маркетинга

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 40,5 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		8
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	67,5	67,5

Подготовка к приктическим занятиям 3-4.	10	10
Подготовка к приктическим занятиям 5-6.	10	10
Подготовка к приктическим занятиям 7-8.	10	10
Подготовка к экзамену.	27,5	27.5
Подготовка к приктическим занятиям 1-2.	10	10
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Введение в интернет-маркетинг	8	4	4	0
2	Маркетинговые исследования в Интернет	8	4	4	0
3	Инструменты интернет-маркетинга	8	4	4	0
4	Оценка эффективности маркетинговых мероприятий	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол- во часов
1	1	Понятие и структура интернет-маркетинга, преимущества, ограничения, безопасность, этические требования, интернет-маркетинга: поисковый, партизанский и вирусный маркетинг.	2
2	1	Понятие маркетинга в социальных сетях, скрытого маркетинга, аффелированного маркетинга, контент-маркетинга.	2
3	2	Система показателей рыночной позиции бизнеса, виды маркетинговых стратегий.	2
4	2	Выбор и формирование стратегии для компании.	2
5	3	Особенности рекламы в интернет, виды интернет-рекламы.	2
6	3	Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе, интернет-брендинг, SEO.	2
7	4	Оценка эффективности маркетинговых мероприятий. Формирование критериев оценки, независимая оценка.	2
8	4	Формирование критериев оценки, независимая оценка.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол- во часов
1	1	Маркетинг в социальных сетях. Часть 1.	2
2	1	Маркетинг в социальных сетях. Часть 2	2
3	2	Товарная политика в интернет, информационные и цифровые продукты, ценовая политика в интернет, распределительная и коммуникационная политика в интернет; торги на аукционах в интернет.	2
4	2	Торговые интернет-площадки, особенности оптовой и розничной торговли в интернет.	2
5	3	Почтовая рассылка, поисковая реклама.	2

6	3	Ценовые модели различных видов рекламы в интернет.	2
7	4	Критерии эффективности рекламной компании	2
8	4	Расчёт эффективности рекламной компании	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к приктическим занятиям 3-4.	ЭУМД, Осн: стр. 13-18	8	10
Подготовка к приктическим занятиям 5-6.	ЭУМД, Осн: стр. 25-33	8	10
Подготовка к приктическим занятиям 7-8.	ЭУМД, Осн: стр. 18-25	8	10
Подготовка к экзамену.	ЭУМД, Осн: стр. 6-33.	8	27,5
Подготовка к приктическим занятиям 1-2.	ЭУМД, Осн: стр 6-13.	8	10

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	8	Текущий контроль	Контрольная работа 1	1	5	Контрольная работа включает в себя письменный ответ на один вопрос из списка. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. No 179). Ответ на вопрос позволяет оценить сформированность компетенции. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Критерии оценивания контрольного мероприятия: наличие в ответе информации по теме — 1 балл; оформлено читаемо — 1 балл; присутствует логика изложения материала по теме — 1 балл; в целом верная информация — 1 балл; полнота раскрытия темы — 1 балл. Максимальное количество баллов за контрольную работу – 5.	экзамен

2	8	Текущий контроль	Контрольная работа 2	1	5	Контрольная работа включает в себя письменный ответ на один вопрос из списка. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Ответ на вопрос позволяет оценить сформированность компетенции. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Критерии оценивания контрольного мероприятия: наличие в ответе информации по теме — 1 балл; оформлено читаемо — 1 балл; присутствует логика изложения материала по теме — 1 балл; в целом верная информация — 1 балл; полнота раскрытия темы — 1 балл. Максимальное количество баллов за контрольную работу – 5.	экзамен
3	8	Промежуточная аттестация	Эссе	-	40	Промежуточная аттестация проводится на портале «Электронный ЮУрГУ» (https://edu.susu.ru). В назначенное по расписанию время студент проходит видео- и аудио-идентификацию и предоставляет выполненную заранее работу. При несоответствующем оформлении работы или отсутствии в содержимом раскрытия одной из тем оценка 0 баллов. Наличие материалов, согласующихся с темой добавит до 10 баллов. Использование нескольких (3 и более) источников в работе добавит до 5 баллов. Наличие собственных размышлений и авторских суждений добавит до 10 баллов. Правильно оформленное цитирование и библиографическое описание источников добавит до 5 баллов. Общая целостность документа, связность, грамотность изложения добавит до 10 баллов.	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине. Оценка за дисциплину формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Отлично: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85..100 %. Хорошо: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 %. Удовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 %. Неудовлетворительно:	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %. Оценка проставляется в ведомость, зачетную книжку студента и диплом магистра. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти тест по основным разделам дисциплины. Контрольный тест содержит 20 заданий Время тестирования - 20 минут, количество попыток -5 Максимальная оценка -20 баллов. Условие прохождения теста - не менее 60% правильных ответов (12 баллов) 20 баллов -100% правильное выполнение задания 12 баллов - выполнено 60% заданий 0 баллов - выполнено менее 60% заданий	
--	--	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ		
		1	2	3
ПК-3	Знает: место и роль технологий продвижения, рекламы и связи с общественностью в бизнесе; понятие и особенности рекламы и связи с общественностью в сфере предпринимательства; роль технологий продвижения бизнеса в развитии организации	+	+	+
ПК-3	Умеет: организовать разработку программы продвижения бизнеса; провести сегментацию потребителей и выбор целевого рынка в рамках разработки стратегии продвижения бизнеса	+	+	+
ПК-3	Имеет практический опыт: реализации разработанной стратегии продвижения бизнеса	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Оформление контрольных и курсовых работ и проектов. Елисеев А.В.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Оформление контрольных и курсовых работ и проектов. Елисеев А.В.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	SMM и SEO-технологии : учебное пособие / Ю. П. Беленькая, А. Ю. Бережнов, А. С. Новикова, П. И. Срыбная. — Ставрополь : СКФУ, 2017. — 62 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/155537 (дата обращения: 28.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Крахин, А. В. Информационные технологии в PR-менеджмент : учебное пособие / А. В. Крахин. — Москва : ФЛИНТА, 2021. — 157 с. — ISBN 978-5-9765-4665-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/176984 (дата обращения: 28.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/70531 (дата обращения: 22.11.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Климович, Н. Г. Контент: топовые техники SEO-продвижения : учебное пособие / Н. Г. Климович. — Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. — 320 с. — ISBN 978-5-9729-0597-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/192747 (дата обращения: 13.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	118 (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно), ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал

		"Электронный ЮУрГУ" (https://edu.susu.ru)(бессрочно)
Контроль самостоятельной работы	118 (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно), ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (https://edu.susu.ru)(бессрочно)
Экзамен	118 (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно), ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (https://edu.susu.ru)(бессрочно)
Практические занятия и семинары	118 (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно), ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (https://edu.susu.ru)(бессрочно)
Лекции	118 (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно), ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (https://edu.susu.ru)(бессрочно)
Пересдача	118 (2)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно), ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (https://edu.susu.ru)(бессрочно)