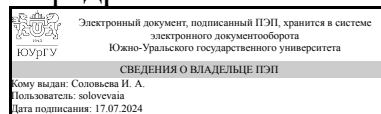


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



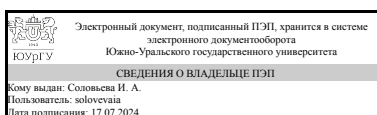
И. А. Соловьева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.Ф.М2.18.01 Основы интернет-маркетинга и интернет вещей
для направления 38.04.02 Менеджмент
уровень Магистратура
магистерская программа Стратегическое и корпоративное управление в условиях
цифровой экономики
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Экономика и финансы**

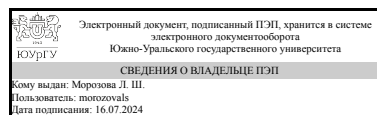
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Зав.кафедрой разработчика,
Д.ЭКОН.Н., доц.



И. А. Соловьева

Разработчик программы,
к.ЭКОН.Н., доцент



Л. Ш. Морозова

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является получение студентами представлений о современных направлениях интернет-маркетинга и его месте в комплексе маркетинга предприятия, а также о возможностях использования интернета вещей в управлении предприятием. Основные задачи: - знать основные направления и сферы интернет-маркетинга - уметь сформулировать и обосновать маркетинговую стратегию в цифровой сфере в составе общей маркетинговой стратегии предприятия - знать основные методы анализа бизнес-процессов для выявления возможности внедрения интернета вещей - уметь формировать план ключевые показатели эффективности цифровизации предприятия - владеть навыками прогноза и расчета эффективности использования интернет-маркетинга и интернета вещей - знать основные современные тенденции развития интернет-маркетинга и интернета вещей - владеть методами обоснования актуальности принятых решений и выработанных рекомендаций

Краткое содержание дисциплины

В ходе изучения дисциплины студенты знакомятся с основными значимыми в условиях цифровой трансформации бизнеса инструментами интернет-маркетинга и интернета вещей, оценивают возможности применения их на практике в хозяйственной деятельности предприятия, получают навыки оценки эффективности применения инструментов и обоснования принятых решений и рекомендаций.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает: современные коммуникативные технологии и их роль в постановке интернет маркетинга и интернета вещей; потребности интернет маркетинга и интернета вещей в различных формах профессионального взаимодействия Умеет: осуществлять по заданным критериям выбор той или иной формы коммуникативных технологий в целях организации интернет маркетинга, понимать роль профессионального взаимодействия при построении системы интернета вещей Имеет практический опыт: осуществления академического и профессионального взаимодействия в процессе решения поставленной задачи
ПК-1 Способен осуществлять поиск, анализировать и оценивать информацию для подготовки и принятия управленческих решений, проводить анализ существующих форм организации и процессов управления, разрабатывать и обосновывать предложения по совершенствованию процессной архитектуры	Знает: современные методы сбора и анализа маркетинговой информации, в том числе с применением современных цифровых и коммуникативных технологий, методы маркетингового обоснования управленческих решений Умеет: применять современные методы сбора и

организации	анализа маркетинговой информации с применением коммуникативных технологий, проводить анализ существующих форм организации и управления маркетинговой деятельностью хозяйствующего субъекта, разрабатывать комплекс мер по ее совершенствованию Имеет практический опыт: сбора и обработки необходимой информации для принятия управленческих решений в сфере маркетинга с использованием цифровых коммуникативных технологий
ПК-2 Способен разрабатывать и усовершенствовать корпоративную стратегию, систему процессного управления организацией, реализовывать программы организационного развития и обеспечивать их реализацию	Знает: основы интернет маркетинга, интернета вещей, основы стратегий организационного развития, методы процессного управления Умеет: на основе инструментов интернет маркетинга создавать программу продвижения нового продукта или услуги как результата реализации программы организационного развития, включающей использование знаний и методов оздоровления атмосферы в организации и повышение ее эффективности путем развития способности адаптироваться к окружающей среде Имеет практический опыт: разработки программы продвижения продуктов с помощью инструментов интернет маркетинга

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Стратегии в менеджменте, Иностранный язык в профессиональной деятельности, Организация производства и оперативное планирование, Стратегический анализ и планирование, Семинар по стратегическому и корпоративному управлению в условиях цифровой экономики, Информационная поддержка управленческих решений, Стратегический маркетинг, Управление человеческим капиталом в условиях цифровой экономики, Корпоративные финансы, Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр), Учебная практика (научно-исследовательская работа) (2 семестр), Учебная практика (научно-исследовательская работа) (3 семестр), Учебная практика (научно-исследовательская работа) (1 семестр)	Производственная практика (преддипломная) (5 семестр)

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

Дисциплина	Требования
Семинар по стратегическому и корпоративному управлению в условиях цифровой экономики	Знает: методологию стратегического и корпоративного управления, приемы организации командной работы в решении вопросов стратегического и корпоративного развития; приемы выработки стратегии командной работы, распределения функций и ответственности в решении задачи разработки стратегий развития и конкуренции, в том числе, формирования качественной системы корпоративного управления; цели и задачи стратегического и корпоративного управления; ключевые проблемы корпоративного управления, основы корпоративного управления: понятие, типы, особенности каждого типа, методы оценки качества, связь качества корпоративного управления с программами организационного развития; систему процессного управления, методы оценки рисков при реализации стратегий развития хозяйствующего субъекта, виды рисков стратегического и корпоративного управления; методы анализа рядов динамики, подходы к развитию системы управления финансово-экономическими рисками стратегического и корпоративного управления Умеет: организовать работу команды по разработке системы стратегического и корпоративного управления, руководить работой этой команды и контролировать результаты ее работы, проводить обоснование и оценку результатов реализации корпоративной стратегии, разрабатывать архитектуру бизнес-процессов корпорации и идентифицировать меры по ее совершенствованию, рассчитывать динамику финансово-экономических показателей, проводить анализ финансово-экономических рисков в стратегическом и корпоративном управлении, осуществлять прогноз финансово-экономических показателей и рассматривать их в качестве индикаторов возможных финансово-экономических рисков Имеет практический опыт: разработки стратегии развития предприятия и корпоративной стратегии компании, оценки последствий реализации управленческих решений в рамках корпоративного управления, расчета основных финансово-экономических показателей и интерпретации полученных результатов, разработки плана стратегического развития предприятия с оценкой возможных финансово-экономических рисков на региональном,

	национальном и отраслевом уровнях
Стратегический анализ и планирование	Знает: методы обоснования управленческих решений стратегического и оперативного уровня, ключевые методы стратегического анализа, основные методы анализа внутренней и внешней среды предприятия, основы системного подхода к проведению стратегического анализа проблемных ситуаций на предприятии, методы обоснования выбора стратегий нивелирования этих ситуаций Умеет: использовать ключевые методы анализа внутренней и внешней среды предприятия, интерпретации полученных результатов, подготовки отчета для обоснования принятия управленческих решений стратегического и оперативного уровня, использовать на практике системный подход в проведении критического анализа проблем предприятия, формировать обоснованные выводы по результатам и проводить обоснование выбора стратегии действий Имеет практический опыт: проводить анализ внутренней и внешней среды предприятия, расчеты рисков и последствий принятия управленческих решений стратегического и оперативного уровня в организациях и производственных предприятиях, использования системного подхода к проведению критического анализа проблемных ситуаций на предприятии
Организация производства и оперативное планирование	Знает: основные категории, суть, содержание, цели и задачи организации производства и оперативного планирования; подходы к подбору команды для выполнения поставленной задачи; подходы к организации работы такой команды и выработки командной стратегии, основы процессного управления, теорию и практику разработки программ организационного развития, место процессного управления в организации производства и оперативном планировании; основные методы разработки программ организационного развития и обеспечения их внедрения в системе организации производства и оперативного планирования Умеет: поставить цель в проектах организации производства и оперативного планирования; подобрать команду для достижения поставленной цели и организовать ее работу, использовать подходы к формированию командной стратегии, разработать систему организации производства и оперативного управления с учетом элементов процессного управления и реализации программ организационного развития Имеет практический опыт: командной работы; постановки целей проектов; выработки командной стратегии в различных сферах деятельности, разработки комплекса планов, в том числе плана продаж,

	производства, закупки ресурсов
Иностранный язык в профессиональной деятельности	Знает: лексико-грамматический минимум в объеме, необходимом для осуществления письменной и устной коммуникации в профессионально-деловой и научной сферах; - основную профессиональную терминологию на иностранном языке; - правила ведения деловой корреспонденции на иностранном языке; - правила перевода профессиональных и научных текстов; - социокультурную специфику международного профессионально-делового общения.; - виды и средства современных коммуникативных технологий в социально-историческом, этическом и философском контекстах; - правила и возможности применения коммуникативных технологий; - основные принципы организации деловых контактов; - методы подготовки к переговорам, межкультурные особенности и традиции; - межкультурные различия в практике письменной и устной деловой коммуникации; - формы невербальных коммуникаций; - виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления, приёмы повышения эффективности общения.- этические нормы деловых коммуникаций. Умеет: - понимать устную речь профессионально-делового характера; - участвовать в международных переговорах, дискуссии, научной беседе, выражая определенные коммуникативные намерения; продуцировать монологическое высказывание по профилю научной специальности/темы, аргументировано излагая свою позицию и используя вспомогательные средства (графики, таблицы, диаграммы, мультимедиа презентации и т.д.); - писать деловые письма; соотносить языковые средства с нормами речевого поведения, которых придерживаются носители иностранного языка.; - использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов; - грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; - соблюдать этические нормы и права человека;- анализировать особенности социального взаимодействия с учетом межкультурных особенностей. Имеет практический опыт: - чтения профессиональной и научной литературы в оригинале (изучающее, ознакомительное, просмотровое, поисковое), предполагающими разную степень понимания и смысловой компрессии прочитанного;- поиска и критического осмысления информации, полученной из зарубежных источников, аргументированного изложения собственной

	точки зрения; - публичной речи (сообщения, презентации)., - организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом межкультурных особенностей; - преодоления барьеров в процессе межкультурного взаимодействия
Стратегии в менеджменте	Знает: методы и технологии стратегического анализа, направленного на поиск проблемных зон предприятия, основы системного подхода, виды стратегий развития, виды стратегий конкуренции и стратегий развития организаций и производственных предприятий, процесс разработки и выбора стратегии, подготовки стратегического плана, методы контроля его выполнения и корректировки, оценки стратегических разрывов Умеет: использовать на практике системный подход в проведении стратегического анализа, формировать обоснованные выводы по его результатам и проводить обоснование выбора стратегии развития, обосновать, выбрать и разработать стратегию конкуренции и стратегию развития организаций и производственных предприятий, разработать стратегический план и организовать его реализацию Имеет практический опыт: использования методов и технологий стратегического анализа и элементов системного подхода к проведению обоснования стратегического выбора , разработки стратегического плана развития организаций и производственных предприятий
Стратегический маркетинг	Знает: современные коммуникационные технологии, их место в стратегическом маркетинге; специальные профессиональные термины стратегического маркетинга на английском языке, приемы профессионального взаимодействия и роль современных коммуникационных технологий в этом взаимодействии, методы поиска необходимой рыночной информации, приемы и методы анализа рыночной привлекательности отрасли, включая анализ потребителей и конкурентов, как основы для выбора стратегии развития организаций и производственных предприятий; основные стратегии маркетинга и технологию их разработки Умеет: применять современные коммуникативные технологии, в том числе на английском языке, для академического и профессионального взаимодействия в больших и малых группах, разрабатывать архитектуру и организовывать маркетинговое исследование для определения рыночной привлекательности отрасли/отраслей и на этой основе формировать стратегию маркетинга и маркетинговый план Имеет практический опыт: обоснованного выбора наиболее эффективной коммуникативной

	технологии / технологий , наиболее адекватных конкретной ситуации в процессе академического и профессионального взаимодействия, разработки плана маркетингового исследования, осуществления анализа рынка различными методами, интерпретации полученных результатов
Корпоративные финансы	Знает: принципы корпоративных финансов, теорию управления рисками, виды рисков и методы управления ими; методы оценки управления рисками, методы расчета и прогнозирования основных технико-экономических показателей деятельности предприятия , основы корпоративного управления, понятие, виды и содержание корпоративной стратегии; понятие и цели организационного развития и роль корпоративных финансов в решении задач корпоративной стратегии и организационного развития, основы корпоративных финансов; цели и суть проектов корпоративных финансов; понятие командной стратегии и технологии ее разработки Умеет: разрабатывать карты риска; представлять информацию о рисках; проводить оценку последствий разных видов рисков, осуществлять выбор критериев сравнения различных стратегий управления рисками, разрабатывать основные элементы системы управления финансово-экономическими рисками на региональном, национальном и отраслевом уровнях, проводить финансовый анализ текущего состояния корпорации, формулировать ключевые выводы по результатам этого анализа и разрабатывать рекомендации по формированию корпоративной стратегии , поставить цель в различных проектах корпоративных финансов; подобрать команду для достижения поставленной цели и организовать ее работу, использовать подходы к формированию командной стратегии Имеет практический опыт: построения рискографии корпорации; анализа моделей риска; обоснования стратегии управления рисками крупных корпораций , проведения финансового анализа, в том числе анализа рыночного положения корпорации, подготовки аналитической записки по результатам этого анализа, включая выводы и рекомендации по совершенствованию корпоративной стратегии и разработке программ организационного развития корпорации , командной работы; постановки целей проектов; выработки командной стратегии в различных сферах деятельности
Информационная поддержка управленческих решений	Знает: методы моделирования исследуемых процессов и явлений с помощью использования стандартных программ, позволяющих на основе

	информации о рисках на региональном, национальном и отраслевом уровнях проводить их анализ; методы построения системы управления рисками, в том числе, выявление, анализ и контроль рисков; методы оценки социально-экономической эффективности систем управления рискам на региональном, национальном и отраслевом уровнях, источники информации, в том числе, на иностранном языке, способы поиска этой информации за счет применения современных коммуникационных технологий; современные коммуникационные технологии, способы информационной поддержки управленческих решений Умеет: выявлять финансово-экономические риски деятельности хозяйствующих субъектов, на основе построенных моделей исследуемых процессов оценивать результативность и социально-экономическую эффективность на региональном, национальном и отраслевом уровнях мероприятий и действий по снижению этих рисков., применять современные коммуникационные технологии, в том числе на английском языке, в целях получения необходимой информации для поддержки управленческих решений Имеет практический опыт: моделирования, с использованием программных средств, исследуемых процессов и явлений, оценки финансово-экономических рисков, на базе этих моделей, использования методов анализа рисков., , применения современных коммуникативных технологий, в том числе на английском языке, для академического и профессионального взаимодействия в процессе выработки информационной поддержки управленческих решений
Управление человеческим капиталом в условиях цифровой экономики	Знает: основы управления человеческим капиталом, в том числе в условиях цифровизации; основы и концепцию организационного развития, суть которой состоит в фокусировке на людях, с которыми связаны основные трудности при осуществлении изменений из-за их непредвиденных реакций на организационные перемены, понятие и содержание категории «человеческий капитал»; состав человеческого капитала, модели и механизмы управления человеческим капиталом на разных уровнях хозяйствования; роль развития отдельной личности в развитии человеческого капитала, направления развития человеческого капитала и возможные направления развития отдельной личности, в том числе с использованием технологий цифровой экономики. Умеет: решать проблемы, препятствующие эффективному использованию

	человеческих ресурсов; создавать организационную среду, благоприятствующую развитию и самосовершенствованию каждого сотрудника организации и позволяющую добиться более успешного функционирования организации в целом, диагностировать проблемы в состоянии человеческого капитала и личности как его носителя по выбранным критериям; осуществлять выбор приоритета развития как человеческого капитала организации в целом, так и отдельной личности; проводить обоснование такого выбора Имеет практический опыт: разработки программ организационного развития за счет повышения качества человеческого капитала организации , анализа своей деятельности с точки зрения различных критериев, интерпретировать результаты такого анализа, осуществлять и обосновывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Учебная практика (научно-исследовательская работа) (3 семестр)	Знает: основы различных методов анализа , в том числе, финансового, стратегического, маркетингового, виды стратегий развития предприятия, подходы к обоснованию выбора стратегии, основы стратегического планирования, основы процессного управления, методы построения моделей бизнес-процессов и их оптимизации, понятие регламента бизнес-архитектуры и понятие трансформации бизнес-архитектуры, основы проектного управления, понятие жизненного цикла проекта, особенности работ на каждом этапе жизненного цикла проекта, методы поиска необходимой информации, методы анализа информации , методы анализа управленческих процессов, понятие процессной архитектуры и методы ее построения и анализа, современные коммуникационные технологии, включая локальные компьютерные сети и Интернет, протокол передачи данных TCP/IP, электронную почту, конференции, в том числе на иностранном языке Умеет: интерпретировать результаты проведенного анализа различных видов (финансового, стратегического, маркетингового), формулировать выводы и разрабатывать рекомендации по выбору стратегии, использовать системный подход при формулировке выводов и рекомендаций , различать модели бизнес-процессов 4 типов: основных, поддерживающих, управления и развития , в соответствии с поставленной целью определить виды работ каждого этапа в реализации проекта с указанием необходимых ресурсов и их объема , распределить ответственных на каждый этап, выделить

	возможных участников проекта и определить их интересы, осуществлять поиск необходимой информации из различных источников, проводить систематизацию и анализ собранной информации различными методами, в том числе, статистическими, методами финансового и стратегического анализа, проводить анализ процессной архитектуры, пользоваться основными видами современных коммуникационных технологий, в том числе на иностранном языке, осуществлять выбор наиболее целесообразного вида коммуникативной технологии для достижения поставленных целей Имеет практический опыт: проведения анализа разных видов: финансового, стратегического, маркетингового, подготовки аналитической записки по результатам проведенного анализа, построения моделей бизнес-процессов 4 типов: основных, поддерживающих, управления и развития, разработки этапов жизненного цикла проекта, определения работ на каждом этапе, необходимых ресурсов для их выполнения, поиска информации, необходимой для обоснования управленческого решения; финансового, оперативного и стратегического анализа этой информации, пользования локальными сетями и глобальной сетью Интернет, электронной почтой, конференциями в целях академического и профессионального взаимодействия
Учебная практика (научно-исследовательская работа) (1 семестр)	Знает: основы моделирования исследуемых процессов, понятие и технологию разработки процессной архитектуры организации, основы стратегического управления и современные методы решения стратегических задач, современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия, включая цифровые, в том числе на иностранном языке, методы обзора источников информации, в том числе, литературного обзора в заданной области знаний - управление проектами на разных стадиях его жизненного цикла; выявления проблемных зон в этой области знаний и приемы подготовки эссе по результатам обзора, методы критического анализа проблемных ситуаций, основы системного подхода к анализу литературных источников с целью выявления таких ситуаций и выбора направлений дальнейшего исследования Умеет: проводить описание процессов, применять методики и регламенты трансформации процессной архитектуры организации, интерпретировать полученные результаты и формулировать адекватные выводы, пользоваться современными

	коммуникативными технологиями, в том числе, на иностранном языке, подготовить эссе по результатам обзора литературы в заданной области знаний - управление проектами на разных стадиях его жизненного цикла и выявленных проблемных зон в этой области знаний , осуществлять критический анализ литературных источников и выявлять проблемные зоны в исследуемой проблеме, на этой основе разработать стратегию дальнейшей работы и план мероприятий по ее реализации Имеет практический опыт: описания бизнес-процессов, разработки процессной архитектуры организации, разработки рекомендаций по ее трансформации, написания регламентов , использования коммуникативных технологий для осуществления академического и профессионального взаимодействия, обзора источников информации по заданному направлению , проведения критического обзора литературных источников с целью выявления проблемных зон в исследуемой проблеме , использования элементов системного подхода к разработке стратегии и плана конкретных действий для достижения поставленной цели
Учебная практика (научно-исследовательская работа) (2 семестр)	Знает: теоретико-методические основы управления проектом на каждом этапе его жизненного цикла, методы выделения этапа жизненного цикла проекта, специфику управления на каждом этапе, методы анализа различных подходов к решению проблемы в рамках поставленной темы, включая финансовый анализ, стратегический анализ, конкурентный анализ и другие, основы системного подхода к анализу и к разработке стратегии разрешения проблемной ситуации, современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), и современные информационно-коммуникативные технологии, основные подходы к моделированию исследуемых процессов и явлений, в том числе, с помощью построения прогнозных форм управленческой отчетности, использования стандартного программного продукта; подходы к построению системы управления финансово-экономическими рисками, в том числе понятие внутрифирменной, национальной, региональной и отраслевой экономической эффективности такой системы Умеет: систематизировано представлять теоретико-методические основы проблемы построения системы управления проектом на разных стадиях его жизненного цикла, включая выбор индикаторов распознавания этапа жизненного цикла проекта, постановку целей управления на каждом этапе, выработку мероприятий и разработку планов

	реализации каждого этапа; разработку системы контроля выполнения мероприятий, методов оценки экономической эффективности реализации каждого этапа, проводить различные виды критического анализа текущего положения объекта исследования, критически оценивать существующие подходы к решению проблемы в рамках поставленной темы, на основе системного подхода осуществлять экономически обоснованный выбор стратегии действий, использовать современные информационно-коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия, в том числе электронные учебники, электронные энциклопедии и справочники, образовательные интернет ресурсы, сформировать прогнозную отчетность хозяйствующего субъекта, провести анализ этой отчетности, выявить финансово-экономические риски в деятельности хозяйствующих субъектов. Имеет практический опыт: подготовки законченного, внутренне связанного документа по проблеме управления проектом на каждой стадии его жизненного цикла, интерпретации критического анализа подходов к решению проблемы в рамках поставленной темы и формулировки выводов по результатам анализа, поиска необходимой электронной литературы и другой интернет информации, формирования прогнозных финансовых отчетов хозяйствующего субъекта
Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	Знает: основные методы, формы и приемы учебного процесса в высшей школе, включая методы активного обучения; приемы критического анализа методов и форм активного обучения, с точки зрения адаптации к особенностям, целям и задачам изучаемой дисциплины, основы командной работы в системе образования, формы командной работы в решении кейсов и деловых игр, основы формирования команд для проектной работы над совместным исследованием, различные формы образовательного процесса: классическая лекция, семинар, конференция, лабораторно-практическое занятие, практикум, факультатив, экскурсия, курсовое проектирование, дипломное проектирование, производственная практика, самостоятельная работа, активные формы обучения: кейсы, деловые игры, тестовые задания, имитационное моделирование, основные методы, формы и приемы учебного процесса в высшей школе, включая методы активного обучения; методы проведения самооценки; критерии приоритизации видов собственной деятельности на основе результатов самооценки, способы самосовершенствования за

	счет участия в учебной деятельности Умеет: проводить критический анализ возможных проблемных ситуаций в процессе обучения студентов на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, формировать команду, ставить цель и задачи перед ней, использовать способы вовлечения членов команды в работу, распределять роли при решении кейсовых заданий, либо в деловых играх, на основе поиска, анализа и оценки информации разрабатывать некоторые формы обучения, в частности практические задания, тесты, кейсы, деловые игры, проводить самооценку, использовать выбранные критерии для установления приоритетов собственной деятельности и ее совершенствования за счет участия в учебном процессе Имеет практический опыт: использования умения проведения критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий в разрабатываемых активных формах обучения, работы в команде и руководства командой при решении задач в процессе обучения , проведения критического анализа существующих форм обучения с целью выбора задания для своей учебной практики , реализации различных методов, форм и приемов учебного процесса в высшей школе
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 20,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	12	12
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	87,5	87,5
Подготовка к экзамену	30	30
Подготовка к выполнению заданий текущего контроля знаний	57,5	57.5
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	Основы интернет-маркетинга	6	2	4	0
2	Основы интернета вещей	6	2	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол- во часов
1	1	Основные сферы применения интернет-маркетинга. Использование инструментов интернет-маркетинга для продвижения бизнеса	2
2	2	Основные сферы применения интернета вещей. Цифровой двойник предприятия и его элементы	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол- во часов
1-2	1	Разновидности онлайн продвижения бизнеса. Веб-сайт как инструмент продвижения бизнеса. Пользовательский опыт как фактор повышения эффективности онлайн продвижения бизнеса. Виды онлайн рекламы и ее место в стратегии продвижения бизнеса. Оценка рекламного бюджета и эффективности онлайн кампании	4
3-4	2	Сферы применения промышленного интернета вещей. Разновидности цифровых систем и условия их применения на предприятии. Направления использования искусственного интеллекта и нейросетей в цифровой трансформации бизнеса. Оценка эффективности цифровой трансформации бизнеса	4

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 экзамену	1. Грингард, С. Интернет вещей. Будущее уже здесь [Текст] С. Грингард ; пер. с англ. М. Трощенко. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 185, [1] с. 2. Интернет-маркетинг [Текст] учебник для вузов по экон. направлениям и специальностям О. Н. Романенкова и др.; под общ. ред. О. Н. Романенковой ; Финанс. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2016. - 287, [1] с. ил. Сухарев, О. С. 3. Функциональный и интернет-маркетинг [Текст] О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. - М.: КУРС : ИНФРА-М, 2018. -	4	30

	343, [1] с. ил.		
Подготовка к выполнению заданий текущего контроля знаний	1. Грингард, С. Интернет вещей. Будущее уже здесь [Текст] С. Грингард ; пер. с англ. М. Трощенко. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 185, [1] с. 2. Интернет-маркетинг [Текст] учебник для вузов по экон. направлениям и специальностям О. Н. Романенкова и др.; под общ. ред. О. Н. Романенковой ; Финанс. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2016. - 287, [1] с. ил. Сухарев, О. С. 3. Функциональный и интернет-маркетинг [Текст] О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. - М.: КУРС : ИНФРА-М, 2018. - 343, [1] с. ил. 4. https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/kontent-plan-dlya-vk-i-fb-poshagovaya-instrukciya-i-idei/#link2 5. https://tilda.education/	4	57,5

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	4	Текущий контроль	Эссе "Мой цифровой портрет"	0,1	5	Максимальное количество баллов за задание - 5. Эссе оценивается по нескольким критериям: 1. Своевременная сдача задания. Эссе сдано в указанные сроки - 1 балл. Эссе не сдано или сдано позже указанного срока - 0 баллов. 2. Оценка самостоятельности выполнения задания. Эссе выполнено полностью самостоятельно, имеет процент оригинальности текста более 90 % - 2 балла. Эссе написано не полностью самостоятельно и имеет процент оригинальности текста от 60 до 89% - 1 балл Эссе не сдано или имеет процент оригинальности текста менее 60 % - 0 баллов. 3. Раскрытие темы эссе. Тема раскрыта полностью, студент сделал выводы - 2 балла. Тема	экзамен

						раскрыта не полностью, выводы сделаны - 1 балл. Тема не раскрыта, выводы не сделаны или эссе вовсе не сдано студентом - 0 баллов.	
2	4	Текущий контроль	Решение кейса	0,2	5	Максимальное количество баллов за задание - 5. Решение кейса включает в себя несколько этапов, правильное выполнение которых позволяет получать баллы по заданным критериям. Оценивание решения кейса будет происходить следующим образом: 1. Перевод всех заданных в кейсе параметров оценки проектов к балльному виду - максимально 1 балл. Все оценки переведены в баллы верно - 1 балл. Есть ошибки при переводе или задание не сдано - 0 баллов. 2. Расчет мета оценок для каждого решения - максимально 2 балла. Все мета оценки рассчитаны верно - 2 балла. Есть ошибки при расчете мета оценок - 1 балл. Метаоценки рассчитаны полностью неверно или задание не сдано студентом - 0 баллов. 3. Сделаны выводы о выборе трех решений (проектов), которое необходимо начать осуществлять на основе проведенного мета анализа - максимально 1 балл. Сделаны правильные выводы - 1 балл. Сделаны неверные выводы или работа не сдана студентом - 0 баллов. 4. Расчет варианта , при котором все рассматриваемые для анализа вариантов параметры имеют одинаковый вес - максимально 1 балл. Расчет верный - 1 балл. В расчете есть ошибки, или он полностью неверный, и/или работа студентом не сдана - 0 баллов.	экзамен
3	4	Текущий контроль	Практическое задание "Анализ лэндинговых страниц"	0,2	4	Максимальное количество баллов за задание - 4. Выполнение задания включает в себя 2 этапа: 1. Найти и обосновать пример правильно организованного лэндинга - максимальное количество баллов - 2. 2 балла ставится студенту, если он нашел правильный пример и обосновал его; 1 балл ставится студенту, если найден верный пример лэндинговой страницы, но нет обоснования, или обоснование	экзамен

					неверное. 0 баллов ставится студенту, если задание не сдано или выбранный пример неверен. 2. Найти и обосновать пример неправильно организованного лэндинга (с разбором ошибок) - максимальное количество баллов - 2. 2 балла ставится студенту, если он нашел правильный пример и указал основные ошибки; 1 балл ставится студенту, если найден верный пример лэндинговой страницы, но нет разбора ошибок, или разбор некорректен. 0 баллов ставится студенту, если задание не сдано или выбранный пример неверен.		
4	4	Текущий контроль	Создание контент-плана на неделю для страницы в социальных сетях	0,3	4	Максимальное количество баллов за задание - 4. Выполнение задания включает в себя 4 последовательных этапа, каждый из которых оценивается в 1 балл. Этапы: 1. Составление контент-плана страницы в социальной сети на одну неделю. Выбор не менее трех тем публикаций. Должно быть запланировано не менее 7 постов - 1 балл Задание не сдано, или контент-план составлен на меньший срок, или запланировано меньше 7 публикаций, или запланированные публикации затрагивают менее 3 разных тем - 0 баллов. 2. Три поста из семи запланированных должны быть опубликованы согласно контент-плану на странице в социальных сетях - 1 балл. Задание не сдано, или опубликовано менее 3 публикаций, или есть несоответствие контент-плана и опубликованных постов - 0 баллов. 3. Анализ статистики по опубликованным постам и самой страницы в социальных сетях в целом. Приложены скрины с постами и со статистикой по ним- 1 балл. Задание не сдано, или не выполнен корректный анализ статистики или не приложены скрины с постами и данными статистики из социальных сетей - 0 баллов.	экзамен

						4. Сделаны корректные выводы и предложены рекомендации по совершенствованию работы на странице в социальной сети - 1 балл. Задание не сдано, или сделаны некорректные выводы или не предложены рекомендации - 0 баллов.	
5	4	Текущий контроль	Текущее тестирование по всем разделам дисциплины	0,2	30	В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов, формируемых компьютером самостоятельно равно 30. Время, отводимое на тестирование - 60 минут. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимальное количество баллов – 30. Весовой коэффициент равен 0,2. За каждый правильный ответ студенту начисляется 1 балл, за каждый неправильный ответ - 0 баллов.	экзамен
6	4	Промежуточная аттестация	Итоговое тестирование	-	20	Итоговое тестирование по всем разделам курса проводится в ходе промежуточной аттестации. Количество вопросов, формируемых компьютером самостоятельно равно 40. Время, отводимое на тестирование - 80 минут. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимальное количество баллов – 20. За каждый правильный ответ студенту начисляется 0,5 балла, за каждый неправильный ответ - 0 баллов.	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Прохождение контрольного мероприятия промежуточной аттестации не является обязательным для студента. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти контрольно-рейтинговое мероприятие промежуточной аттестации. В ходе промежуточной аттестации проводится	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	итоговое тестирование по всем разделам дисциплины. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). В случае сдачи экзамена итоговый рейтинг студента формируется за счет прохождения всех мероприятий текущего контроля знаний и промежуточной аттестации (итогового тестирования).	
--	---	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
УК-4	Знает: современные коммуникативные технологии и их роль в постановке интернет маркетинга и интернета вещей; потребности интернет маркетинга и интернета вещей в различных формах профессионального взаимодействия	+				++	++
УК-4	Умеет: осуществлять по заданным критериям выбор той или иной формы коммуникативных технологий в целях организации интернет маркетинга, понимать роль профессионального взаимодействия при построении системы интернета вещей	+				++	++
УК-4	Имеет практический опыт: осуществления академического и профессионального взаимодействия в процессе решения поставленной задачи	+				++	++
ПК-1	Знает: современные методы сбора и анализа маркетинговой информации, в том числе с применением современных цифровых и коммуникативных технологий, методы маркетингового обоснования управленческих решений				++	++	++
ПК-1	Умеет: применять современные методы сбора и анализа маркетинговой информации с применением коммуникативных технологий, проводить анализ существующих форм организации и управления маркетинговой деятельностью хозяйствующего субъекта, разрабатывать комплекс мер по ее совершенствованию				++	++	++
ПК-1	Имеет практический опыт: сбора и обработки необходимой информации для принятия управленческих решений в сфере маркетинга с использованием цифровых коммуникативных технологий				++	++	++
ПК-2	Знает: основы интернет маркетинга, интернета вещей, основы стратегий организационного развития, методы процессного управления		++			++	
ПК-2	Умеет: на основе инструментов интернет маркетинга создавать программу продвижения нового продукта или услуги как результата реализации программы организационного развития, включающей использование знаний и методов оздоровления атмосферы в организации и повышение ее эффективности путем развития способности адаптироваться к окружающей среде		++			++	
ПК-2	Имеет практический опыт: разработки программы продвижения продуктов с помощью инструментов интернет маркетинга		++			++	

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:

1. Маркетинг в России и за рубежом 16+ ЗАО "Финпресс" журнал. - М., 1997-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Основы интернет-маркетинга и интернета вещей: методические указания/ составитель Л.Ш. Морозова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2023. – 16 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Основы интернет-маркетинга и интернета вещей: методические указания/ составитель Л.Ш. Морозова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2023. – 16 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Грингард, С. Интернет вещей: Будущее уже здесь / С. Грингард ; перевод М. Трощенко. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 188 с. — ISBN 978-5-9614-5853-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/87981 (дата обращения: 05.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Юрасов, А. В. Интернет-маркетинг / А. В. Юрасов, А. В. Иванов ; под редакцией А. В. Юрасова. — Москва : Горячая линия-Телеком, 2016. — 246 с. — ISBN 978-5-9912-0165-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/111121 (дата обращения: 05.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 270 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/100997 (дата обращения: 06.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / М. Эйнштейн ; под редакцией А. Черниковой ; перевод с английского Т. Мамедовой. — Москва : Альпина Паблишер, 2017. — 301 с. — ISBN 978-5-9614-6243-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/101063 (дата обращения: 06.02.2022).

			06.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Сторожева, Е. В. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / Е. В. Сторожева, А. Н. Старков. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 64 с. — ISBN 978-5-9765-3698-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/104929 (дата обращения: 06.02.2022). — 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
Пересдача	501 (1)	компьютерный класс с выходом в интернет
Практические занятия и семинары	410 (1)	компьютер с выходом в интернет, проектор, компьютерный класс с выходом в интернет
Самостоятельная работа студента	501 (1)	компьютерный класс с выходом в интернет
Контроль самостоятельной работы	305 (1)	компьютер с выходом в интернет
Лекции	410 (1)	компьютер с выходом в интернет, проектор
Экзамен	501 (1)	компьютерный класс с выходом в интернет