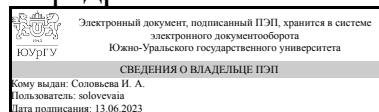


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



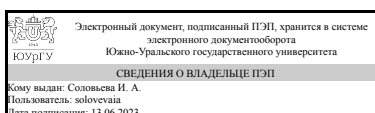
И. А. Соловьева

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

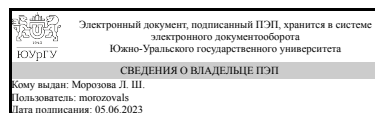
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

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 |

| | |
|---|--|
| <p>организации</p> | <p>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</p> |
| <p>ПК-2 Способен разрабатывать и усовершенствовать корпоративную стратегию, систему процессного управления организацией, реализовывать программы организационного развития и обеспечивать их реализацию</p> | <p>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</p> |

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|--|--|
| <p>Информационная поддержка управленческих решений, Семинар по стратегическому и корпоративному управлению в условиях цифровой экономики, Иностранный язык в профессиональной деятельности, Организация производства и оперативное планирование, Стратегии в менеджменте, Стратегический маркетинг, Стратегический анализ и планирование, 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)</p> | <p>Производственная практика (преддипломная) (5 семестр)</p> |

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

| Дисциплина | Требования |
|--|--|
| Стратегии в менеджменте | <p>Знает: 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, методы и технологии стратегического анализа, направленного на поиск проблемных зон предприятия, основы системного подхода, виды стратегий развития</p> <p>Умеет: обосновать, выбрать и разработать стратегию конкуренции и стратегию развития организаций и производственных предприятий, разработать стратегический план и организовать его реализацию, использовать на практике системный подход в проведении стратегического анализа, формировать обоснованные выводы по его результатам и проводить обоснование выбора стратегии развития</p> <p>Имеет практический опыт: разработки стратегического плана развития организаций и производственных предприятий, использования методов и технологий стратегического анализа и элементов системного подхода к проведению обоснования стратегического выбора</p> |
| Стратегический анализ и планирование | <p>Знает: основы системного подхода к проведению стратегического анализа проблемных ситуаций на предприятии, методы обоснования выбора стратегий нивелирования этих ситуаций, методы обоснования управленческих решений стратегического и оперативного уровня, ключевые методы стратегического анализа, основные методы анализа внутренней и внешней среды предприятия</p> <p>Умеет: использовать на практике системный подход в проведении критического анализа проблем предприятия, формировать обоснованные выводы по результатам и проводить обоснование выбора стратегии действий, использовать ключевые методы анализа внутренней и внешней среды предприятия, интерпретации полученных результатов, подготовки отчета для обоснования принятия управленческих решений стратегического и оперативного уровня</p> <p>Имеет практический опыт: использования системного подхода к проведению критического анализа проблемных ситуаций на предприятии, проводить анализ внутренней и внешней среды предприятия, расчеты рисков и последствий принятия управленческих решений стратегического и оперативного уровня в организациях и производственных предприятиях</p> |
| Иностранный язык в профессиональной деятельности | <p>Знает: - виды и средства современных коммуникативных технологий в социально-историческом, этическом и философском контекстах; - правила и возможности</p> |

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., 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. Умеет: - использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов; - грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; - соблюдать этические нормы и прав человека; - анализировать особенности социального взаимодействия с учетом межкультурных особенностей., - 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. Имеет практический опыт: - организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом межкультурных особенностей; - преодоления барьеров в процессе межкультурного взаимодействия, - 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). |
| Стратегический маркетинг | <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> |
| Семинар по стратегическому и корпоративному управлению в условиях цифровой экономики | <p>Знает: основы корпоративного управления: понятие, типы, особенности каждого типа, методы оценки качества, связь качества корпоративного управления с программами организационного развития; систему процессного управления, 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, методы оценки рисков при реализации стратегий развития хозяйствующего субъекта, виды рисков стратегического и корпоративного управления; методы анализа рядов динамики, подходы к</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>развитию системы управления финансово-экономическими рисками стратегического и корпоративного управления Умеет: проводить обоснование и оценку результатов реализации корпоративной стратегии, разрабатывать архитектуру бизнес-процессов корпорации и идентифицировать меры по ее совершенствованию , организовать работу команды по разработке системы стратегического и корпоративного управления, руководить работой этой команды и контролировать результаты ее работы, 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: оценки последствий реализации управленческих решений в рамках корпоративного управления, разработки стратегии развития предприятия и корпоративной стратегии компании, 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</p> |
| <p>Информационная поддержка управленческих решений</p> | <p>Знает: 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, 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 Умеет: применять современные коммуникационные технологии, в том числе на английском языке, в целях получения необходимой информации для поддержки управленческих решений, выявлять финансово-экономические риски деятельности хозяйствующих субъектов, на основе построенных моделей исследуемых процессов оценивать результативность и социально-</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>экономическую эффективность на региональном, национальном и отраслевом уровнях мероприятий и действий по снижению этих рисков. Имеет практический опыт: применения современных коммуникативных технологий, в том числе на английском языке, для академического и профессионального взаимодействия в процессе выработки информационной поддержки управленческих решений, моделирования, с использованием программных средств, исследуемых процессов и явлений, оценки финансово-экономических рисков, на базе этих моделей, использования методов анализа рисков.,</p> |
| <p>Организация производства и оперативное планирование</p> | <p>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</p> |
| <p>Учебная практика (научно-исследовательская работа) (3 семестр)</p> | <p>Знает: основы процессного управления, методы построения моделей бизнес-процессов и их оптимизации, понятие регламента бизнес-архитектуры и понятие трансформации бизнес-архитектуры, современные коммуникационные технологии, включая локальные компьютерные сети и Интернет, протокол передачи данных TCP/IP, электронную почту, конференции, в том числе на иностранном языке, основы различных методов анализа , в том числе, финансового, стратегического, маркетингового, виды стратегий развития предприятия, подходы к обоснованию выбора стратегии, основы</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>стратегического планирования, методы поиска необходимой информации, методы анализа информации, методы анализа управленческих процессов, понятие процессной архитектуры и методы ее построения и анализа, основы проектного управления, понятие жизненного цикла проекта, особенности работ на каждом этапе жизненного цикла проекта</p> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> различать модели бизнес-процессов 4 типов: основных, поддерживающих, управления и развития, пользоваться основными видами современных коммуникационных технологий, в том числе на иностранном языке, осуществлять выбор наиболее целесообразного вида коммуникативной технологии для достижения поставленных целей, 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, 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, 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 <p>Имеет практический опыт: построения моделей бизнес-процессов 4 типов: основных, поддерживающих, управления и развития, пользования локальными сетями и глобальной сетью Интернет, электронной почтой, конференциями в целях академического и профессионального взаимодействия, проведения анализа разных видов: финансового, стратегического, маркетингового, подготовки аналитической записки по результатам проведенного анализа, поиска информации, необходимой для обоснования управленческого решения; финансового, оперативного и стратегического анализа этой информации, разработки этапов жизненного цикла проекта, определения работ на каждом этапе, необходимых ресурсов для их выполнения</p> |
| <p>Учебная практика (научно-исследовательская работа) (2 семестр)</p> | <p>Знает: основные подходы к моделированию исследуемых процессов и явлений, в том числе, с помощью построения прогнозных форм управленческой отчетности, использования стандартного программного продукта; подходы к</p> |

построению системы управления финансово-экономическими рисками, в том числе понятие внутрифирменной, национальной, региональной и отраслевой экономической эффективности такой системы, 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, теоретико-методические основы управления проектом на каждом этапе его жизненного цикла, методы выделения этапа жизненного цикла проекта, специфику управления на каждом этапе

Умеет: сформировать прогнозную отчетность хозяйствующего субъекта, провести анализ этой отчетности, выявить финансово-экономические риски в деятельности хозяйствующих субъектов, 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, 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

Имеет практический опыт: формирования прогнозных финансовых отчетов хозяйствующего субъекта, 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, подготовки законченного, внутренне связанного документа по проблеме управления проектом на каждой стадии его жизненного цикла

| | |
|---|--|
| <p>Учебная практика (научно-исследовательская работа) (1 семестр)</p> | <p>Знает: основы моделирования исследуемых процессов, понятие и технологию разработки процессной архитектуры организации, основы стратегического управления и современные методы решения стратегических задач, методы критического анализа проблемных ситуаций, основы системного подхода к анализу литературных источников с целью выявления таких ситуаций и выбора направлений дальнейшего исследования, 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 Умеет: проводить описание процессов, применять методики и регламенты трансформации процессной архитектуры организации, интерпретировать полученные результаты и формулировать адекватные выводы, 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, 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 Имеет практический опыт: описания бизнес-процессов, разработки процессной архитектуры организации, разработки рекомендаций по ее трансформации, написания регламентов, 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, использования коммуникативных технологий для осуществления академического и профессионального взаимодействия, обзора источников информации по заданному направлению</p> |
| <p>Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)</p> | <p>Знает: основы командной работы в системе образования, формы командной работы в решении кейсов и деловых игр, основы формирования команд для проектной работы над совместным исследованием, основные методы,</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>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, 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, 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</p> <p>Умеет: 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, проводить самооценку, использовать выбранные критерии для установления приоритетов собственной деятельности и ее совершенствования за счет участия в учебном процессе, проводить критический анализ возможных проблемных ситуаций в процессе обучения студентов на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, на основе поиска, анализа и оценки информации разрабатывать некоторые формы обучения, в частности практические задания, тесты, кейсы, деловые игры</p> <p>Имеет практический опыт: работы в команде и руководства командой при решении задач в процессе обучения, реализации различных методов, форм и приемов учебного процесса в высшей школе, использования умения проведения критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий в разрабатываемых активных формах обучения, проведения критического анализа существующих форм обучения с целью выбора задания для своей учебной практики</p> |
|--|--|

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 выполнению заданий текущего контроля знаний | 57,5 | 57,5 | |
| Подготовка к экзамену | 30 | 30 | |
| 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 выполнению заданий текущего контроля знаний | 1. Грингард, С. Интернет вещей. Будущее уже здесь [Текст] С. Грингард ; пер. с англ. М. Троценко. - 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 |
| Подготовка к экзамену | 1. Грингард, С. Интернет вещей. Будущее уже здесь [Текст] С. Грингард ; пер. с англ. М. Троценко. - 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 | 30 |

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 | экзамен |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---------------|-----|---|--|---------|
| | | | | | <p>критериям:</p> <p>1. Своевременная сдача задания. Эссе сдано в указанные сроки - 1 балл. Эссе не сдано или сдано позже указанного срока - 0 баллов.</p> <p>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.</p> <p>3. Раскрытие темы эссе. Тема раскрыта полностью, студент сделал выводы - 2 балла. Тема раскрыта не полностью, выводы сделаны - 1 балл. Тема не раскрыта, выводы не сделаны или эссе вовсе не сдано студентом - 0 баллов.</p> | | |
| 2 | 4 | Текущий контроль | Решение кейса | 0,2 | 5 | <p>Максимальное количество баллов за задание - 5.</p> <p>Решение кейса включает в себя несколько этапов, правильное выполнение которых позволяет получать баллы по заданным критериям.</p> <p>Оценивание решения кейса будет происходить следующим образом:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>4. Расчет варианта , при котором все</p> | экзамен |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|--|-----|---|--|---------|
| | | | | | | рассматриваемые для анализа вариантов параметры имеют одинаковый вес - максимально 1 балл. Расчет верный - 1 балл. В расчете есть ошибки, или он полностью неверный, или работа студентом не сдана - 0 баллов. | |
| 3 | 4 | Текущий контроль | Практическое задание "Анализ лэндинговых страниц" | 0,2 | 4 | <p>Максимальное количество баллов за задание - 4.</p> <p>Выполнение задания включает в себя 2 этапа:</p> <p>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 неверное. 0 баллов ставится студенту, если задание не сдано или выбранный пример неверен.</p> <p>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.</p> | экзамен |
| 4 | 4 | Текущий контроль | Создание контент-плана на неделю для страницы в социальных сетях | 0,3 | 4 | <p>Максимальное количество баллов за задание - 4.</p> <p>Выполнение задания включает в себя 4 последовательных этапа, каждый из которых оценивается в 1 балл.</p> <p>Этапы:</p> <p>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,</p> | экзамен |

| | | | | | | | |
|---|---|--------------------------|--|-----|----|---|---------|
| | | | | | | <p>или запланированные публикации затрагивают менее 3 разных тем - 0 баллов.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> | |
| 5 | 4 | Текущий контроль | Текущее тестирование по всем разделам дисциплины | 0,2 | 30 | <p>В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов, формируемых компьютером самостоятельно равно 30. Время, отводимое на тестирование - 60 минут.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимальное количество баллов – 30. Весовой коэффициент равен 0,2. За каждый правильный ответ студенту начисляется 1 балл, за каждый неправильный ответ - 0 баллов.</p> | экзамен |
| 6 | 4 | Промежуточная аттестация | Итоговое тестирование | - | 20 | <p>Итоговое тестирование по всем разделам курса проводится в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>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</p> | экзамен |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | 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. | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|

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 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). | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

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. Троценко. — 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 | Электронно- | Юрасов, А. В. Интернет-маркетинг / А. В. Юрасов, А. В. |

| | | | |
|---|---------------------------|---|--|
| | литература | библиотечная система издательства Лань | 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). — 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 |
| Экзамен | 501 (1) | компьютерный класс с выходом в интернет |
| Самостоятельная работа студента | 501 (1) | компьютерный класс с выходом в интернет |
| Контроль самостоятельной | 305 (1) | компьютер с выходом в интернет |

| | | |
|---------------------------------|------------|---|
| работы | | |
| Практические занятия и семинары | 410 (1) | компьютер с выходом в интернет, проектор, компьютерный класс с выходом в интернет |
| Лекции | 410 (1) | компьютер с выходом в интернет, проектор |