

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«___» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1158241	Эффективное построение онлайн-продаж в гостиничном бизнесе

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Гостиничное дело	Код ОП 1. 43.03.03/33.01
Направление подготовки 1. Гостиничное дело	Код направления и уровня подготовки 1. 43.03.03

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Попова Ольга Ивановна	кандидат социологических наук, доцент	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта
2	Томилова Светлана Васильевна	кандидат педагогических наук, доцент	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Эффективное построение онлайн-продаж в гостиничном бизнесе

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль включает следующие дисциплины: Проект по модулю «Эффективное построение онлайн-продаж в гостиничном бизнесе», «Digital-маркетинг», «Создание и управление интернет-сайтом», «Технологии онлайн-продаж в гостиничном бизнесе». Через освоение компетенций, заложенных в данных дисциплинах, предполагается формирование у студента навыков исследования рынка, оценки конкурентной среды, продаж через онлайн-каналы, грамотного построения коммуникации через интернет-платформы (сайты и социальные сети).

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Создание и управление интернет сайтом	3
2	Проект по модулю "Эффективное построение онлайн-продаж в гостиничном бизнесе"	2
3	Технологии онлайн-продаж в гостиничном деле	3
4	Digital-маркетинг	3
ИТОГО по модулю:		11

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	1. Экономика и маркетинг гостиничного предприятия

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3

Digital-маркетинг	ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	<p>З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей</p> <p>У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития</p> <p>П-1 - Разрабатывать модели взаимодействия с целевыми аудиториями</p> <p>П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании</p>
Проект по модулю "Эффективное построение онлайн-продаж в гостиничном бизнесе"	ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	<p>З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей</p> <p>У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития</p> <p>П-1 - Разрабатывать модели взаимодействия с целевыми аудиториями</p> <p>П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании</p>
Создание и управление интернет сайтом	ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	<p>З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей</p> <p>У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития</p> <p>П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании</p>
Технологии онлайн-продаж в гостиничном деле	ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	<p>З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей</p> <p>У-2 - Оценивать положение компании на рынке и варианты ее развития</p> <p>П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Создание и управление интернет сайтом

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Степура Юлия Владимировна		Старший преподавателе ль	Интеллектуальны х информационных технологий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р-1	Интернет. Термины, определения, основные понятия. История создания и развития.	Интернет, определения, понятия. История развития. Предсказания появления. Перспективы. Ключевые принципы. Языки. Рунет. Браузеры. Юридические аспекты и общие свойства. Цензура. Субкультуры. Интернет-сообщества и Интернет-зависимость. Киберпанк.
Р-2	Организация и принцип работы глобальной сети. IP- адресация. Доменная система имён.	Организация и принцип работы. ICANN. IP-адрес, структура адреса, классификация. DNS. Структура доменного имени. Классификация доменных имен первого уровня. Ключевые характеристики DNS. Дополнительные возможности. Терминология и принципы работы. Записи DNS. Зарезервированные доменные имена. Интернациональные доменные имена. Программное обеспечение DNS. Сервисы. Услуги. Киберпреступления.
Р-3	URL-адрес. Хостинг. Выбор хостинга.	URL. Термины, определения и принцип работы. Структура URL-адреса. Хостинг. Понятия,

		классификация. Требования и выбор услуг хостинга.
Р-4	CMS. Терминология и основные понятия. Обзор программных продуктов, классификация. Достоинства и недостатки. Выбор CMS	Основные понятия. Обзор и классификация систем управления контентом (CMS) сайта. Версии и возможности систем. Безопасность и выбор CMS. Рейтинги платного и бесплатного ПО. Изучение официальных Интернет-ресурсов.
Р-5	Интерфейс CMS. Принципы работы и методы построения сайтов с помощью CMS.	Общие понятия и определения. Терминология. Структура страниц сайта. Статические и динамические элементы веб-сайтов. Основы работы и методы построения сайтов с помощью CMS. Создание новых элементов, наполнение контента и его изменение, редактирование структуры сайта. Обзор системы. Режимы работы с сайтом. Архитектура системы Обзор панели управления. Типы меню. Управление меню. Навигация и структура. Создание нового раздела, добавление страниц и пунктов меню. Работа с файлами. Редактирование содержимого страницы Работа с текстом, а также с графической и видеoinформацией. Создание и организация работы сервисов Интернет-проектов.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности Технология самостоятельной	ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании

		работы		
--	--	--------	--	--

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Создание и управление интернет сайтом

Электронные ресурсы (издания)

1. Курчеева, , Г. И.; Информационные технологии в цифровой экономике : учебное пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/98789.html> (Электронное издание)
2. Нужнов, , Е. В.; Мультимедиа технологии. Основы мультимедиа технологий : учебное пособие.; Издательство Южного федерального университета, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/87445.html> (Электронное издание)
3. Поляков, , Е. А.; Web-дизайн : учебное пособие.; Вузовское образование, Саратов; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/81868.html> (Электронное издание)
4. Маркин, , А. В.; Web-программирование : учебное пособие для спо.; Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, Саратов, Москва; 2021; <http://www.iprbookshop.ru/107576.html> (Электронное издание)
5. Турганбай, , К. Е.; Программирование в интернете; Альманах, Алматы; 2016; <http://www.iprbookshop.ru/69278.html> (Электронное издание)
6. Мелькин, , Н. В.; Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO : от идеи до первых клиентов.; Инфра-Инженерия, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/68990.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Васильев, В. В.; Практикум по WEB-технологиям : [для студентов вузов, обучающихся по специальности 071201 "Библиотечно-информационная деятельность"]; Форум, Москва; 2013 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

- 1) Зональная научная библиотека УрФУ <http://lib.urfu.ru>
- 2) Научная электронная библиотека Elibrary.ru <https://www.elibrary.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел Информатика и информационные технологии <http://window.edu.ru/catalog>
2. Интернет-Университет Информационных Технологий <http://www.intuit.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Создание и управление интернет сайтом

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лабораторные занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Интернет-браузер Google Chrome
2	Самостоятельная работа студентов	Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Интернет-браузер Google Chrome
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Интернет-браузер Google Chrome
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Периферийное устройство Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Интернет-браузер Google Chrome

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Технологии онлайн-продаж в гостиничном
деле

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Тедеев Константин Сергеевич	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	маркетинга
2	Энгин Юлия Владимировна	кандидат педагогических наук, мастер спорта	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Энгин Юлия Владимировна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Организация службы онлайн-продаж, роль онлайн-продаж в гостиничном бизнесе	Понятие онлайн-продаж, история возникновения и развитие электронной коммерции и онлайн-маркетинга, организация процесса онлайн-продаж, формы рекламной поддержки онлайн-продаж, модели рекламы в Интернет.
2	Особенности онлайн-продаж	Особенности онлайн-продаж, отличия от традиционных форм продаж, особенности продвижения и продаж гостиничных услуг в Интернет, формирования контента, особенности поведение потребителей в интернет, понятие лида, внедрение и настройка CRM-систем
3	Разработка стратегии онлайн-продаж	Обзор основных стратегий, особенности позиционирования предприятия гостиничного бизнеса, особенности формирования стратегии продвижения и продаж в Интернет, выбор наиболее эффективных стратегий и тактик.
4	Основные каналы и инструменты онлайн-продаж	Обзор каналов и инструментов онлайн-продаж гостиничных услуг: продажи через сайт, социальные сети, приложения и маркет-плейсы, агрегаторы и сервисы бронирования, мессенджеры и почтовые рассылки. Выбор наиболее эффективных каналов и инструментов, особенности использования.
5	Продажи гостиничных услуг через сайт	Особенности продаж гостиничных услуг через сайт, основные формы сайтов, обзор наиболее популярных платформ для разработки сайта, front-end и back-end части сайта, особенности наполнения, администрирования, настройки и оптимизации.

6	Продажи гостиничных услуг через социальные сети	Обзор основных социальных сетей, особенности и стратегии продаж гостиничных услуг через социальные сети, наполнение, администрирование, настройка и оптимизация.
7	Продажи гостиничных услуг через приложения и сервисы	Обзор основных приложений и сервисов для онлайн-продаж гостиничных услуг, особенности и стратегии продаж через приложения и сервисы, наполнение, администрирование, настройка и оптимизация.
8	Анализ эффективности онлайн-продаж	Определение KPI и внедрение в деятельность предприятия, основные и дополнительные показатели эффективности, анализ эффективности работы инструментов онлайн-продаж, эффективности интернет-рекламы, отслеживание лидов, бенчмаркинг, устранение ошибок и совершенствование деятельности.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии онлайн-продаж в гостиничном деле

Электронные ресурсы (издания)

1. Голова, А. Г.; Управление продажами : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767> (Электронное издание)
2. Прончева, О. К.; Технологии продажи в гостиничном деле и туризме : учебное пособие.; Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, Омск; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/18262.html> (Электронное издание)
3. Захарова, Ю. А.; Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/87620.html> (Электронное издание)
4. Жданова, Т. С.; «Ленивый» маркетинг. Принципы пассивных продаж; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2021; <http://www.iprbookshop.ru/99366.html> (Электронное издание)
5. ; SMM и SEO-технологии : учебное пособие.; Северо-Кавказский федеральный университет,

Ставрополь; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/92670.html> (Электронное издание)

6. Катаев, А. В.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Издательство Южного федерального университета, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/87414.html> (Электронное издание)

7. Матвеева, М. А.; Реклама и PR-Интернет : методическое пособие.; Университет экономики и управления, Симферополь; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/86412.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Турковский, М., Иванюк, И. И.; Маркетинг гостиничных услуг : [учеб.-метод. пособие].; Финансы и статистика, Москва; 2006 (1 экз.)

2. Гуров, Ф. Н.; Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети; Вершина, Москва; 2008 (1 экз.)

3. Паничкина, Г. Г.; Директ-маркетинг от "А" до "Я"; Альфа-Пресс, Москва; 2006 (2 экз.)

4. Юрасов, А. В.; Основы электронной коммерции : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Прикладная информатика" и др. специальностям.; Горячая линия - Телеком, Москва; 2008 (10 экз.)

5. Обухов, О. В., Юлдашева, О. У.; Методология оценки эффективности маркетинговой деятельности в интернет-ориентированной среде: Е-маркетинговая ориентация компаний : [монография].; УМЦ УПИ, Екатеринбург ; Санкт-Петербург; 2016 (2 экз.)

6. Вебер, Л., Лалаян, Е.; Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети; Манн, Иванов и Фербер, Москва; 2011 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.elibrary.ru/>

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – <http://www.biblioclub.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России: <http://www.russiatourism.ru>

Портал про гостиничный бизнес PRONOTEL: <http://www.prohotel.ru>

Электронная библиотека: <https://cyberleninka.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии онлайн-продаж в гостиничном деле

Сведения об оснащении дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Интернет-браузер Google Chrome
--	--	--	--------------------------------

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Digital-маркетинг

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Попова Ольга Ивановна	кандидат социологических наук, доцент	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 8 от 08.10.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Попова Ольга Ивановна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта**

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Основы интернет-маркетинга. Термины, определения, понятия и базовые правила в интернет-маркетинге	Основные термины и понятия в интернет-маркетинге. Базовые правила. Применение основных терминов в работе интернет-маркетолога
2	Организация маркетинговых коммуникаций в интернете	Виды маркетинговых коммуникаций. Примеры взаимодействия с клиентами посредством маркетинговых коммуникаций. Виды интернет-рекламы. Интернет-сайт: виды, коммуникационные функции, структура, требования. Интернет-блоги и форумы, особенность работы
3	Рекламные кампании	Этапы разработки и реализации рекламных кампаний
4	Конкурентная среда	Понятие и типы конкурентов. Методы анализа конкурентной среды
5	Целевая аудитория	Понятие, принципы сегментации и анализа целевой аудитории. Описание
6	Анализ присутствия компании и конкурентов в сети Интернет	Сервисы для анализа активности компании и конкурентов в сети Интернет. Показатели эффективности

7	Стратегия рекламной кампании	Маркетинговые стратегии. Уникальные торговые предложения. Бриф, дерево целей, концепция рекламной кампании
8	Тактика рекламной кампании	Контент-план: рубрики, подрубрики, тексты и посты
9	Бюджет и оценка эффективности рекламной кампании	Методы формирования бюджета и КРІ рекламной кампании

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Формирование социально-значимых ценностей	предпринимательская деятельность	Технология «Портфолио работ»	ПК-2 - Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	П-2 - Выбирать наиболее эффективные средства онлайн и оффлайн-продвижения компании

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Digital-маркетинг

Электронные ресурсы (издания)

1. ; SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска; Инфра-Инженерия, Москва; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/78250.html> (Электронное издание)
2. Матвеева, , М. А.; Реклама и PR-Интернет : методическое пособие.; Университет экономики и управления, Симферополь; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/86412.html> (Электронное издание)
3. Катаев, , А. В.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Издательство Южного федерального университета, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/87414.html> (Электронное издание)
4. ; SMM и SEO-технологии : учебное пособие.; Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/92670.html> (Электронное издание)
5. Жданова, , Т. С.; «Ленивый» маркетинг. Принципы пассивных продаж; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2021; <http://www.iprbookshop.ru/99366.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Холмогоров, Холмогоров В.; Интернет-маркетинг. Краткий курс; Питер, СПб.; Москва; Харьков; Минск; 2002 (1 экз.)
2. Юрасов, А. В.; Электронная коммерция : Учеб. пособие.; Дело, Москва; 2003 (1 экз.)

3. Алексунин, В. А.; Электронная коммерция и маркетинг в Интернете : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2008 (1 экз.)
4. , Андросов, Андросов Н., Ворошилова, Ворошилова И., Долгов, Долгов В., Замарацкая, Замарацкая С., Манн, Манн И., Сухов, Сухов С.; Интернет-маркетинг на 100%; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2009 (2 экз.)
5. Капустина, Л. М.; Маркетинговые коммуникации в сети Интернет; [Изд-во УрГЭУ], Екатеринбург; 2009 (2 экз.)
6. Демин, Д. И.; E-mail-маркетинг. Как привлечь и удержать клиентов; Питер, Санкт-Петербург; 2015 (1 экз.)
7. Обухов, О. В., Юлдашева, О. У.; Методология оценки эффективности маркетинговой деятельности в интернет-ориентированной среде: E-маркетинговая ориентация компаний : [монография].; УМЦ УПИ, Екатеринбург ; Санкт-Петербург; 2016 (2 экз.)
8. Зиссер, Ю. А.; Маркетинг on-line. Как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж; Изд-во Гревцова, Минск; 2007 (2 экз.)
9. Вебер, Л., Лалаян, Е.; Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети; Манн, Иванов и Фербер, Москва; 2011 (1 экз.)
10. Храповицкий, К.; SEO-копирайтинг. Практическое руководство по созданию "правильных" текстов; Наука и Техника, Санкт-Петербург; 2014 (2 экз.)
11. Кокрум, Дж., Плостак, Л.; Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты; Манн, Иванов и Фербер, Москва; 2013 (1 экз.)
12. , Сухов, С.; Интернет-маркетинг на 100%; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2016 (1 экз.)
13. Кульпин, С. В., Попов, Е. В.; Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020 (84 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.elibrary.ru/>

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – <http://www.biblioclub.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Инструмент для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей - <https://metrika.yandex.ru/>

Конструктор сайтов - <http://www.setup.ru/>

Система контекстной рекламы - <http://www.google.ru/adwords/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Digital-маркетинг

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome

5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Интернет-браузер Google Chrome
---	----------------------------------	--	---