

АЛМАТИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ «ПРЕСТИЖ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Мун Г.А.

«1» _____ 2023г.



Рабочая учебная программа по дисциплине/ модулю/ профессиональной практике

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

(Наименование модуля или дисциплины)

Специальность

04140100 - «Маркетинг (по отраслям)»

(Код и наименование)

Квалификация

4S04140103 - «Маркетолог»

(Код и наименование)

Форма обучения

дневное

на базе

основного

среднего образования

Общее количество часов

120

, кредитов

5

Разработчик

(Подпись)

Сериков М.К.

(Ф.И.О.)

Пояснительная записка

Описание дисциплины

Настоящая рабочая учебная программа составлена в соответствии с приказами Министра просвещения Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 75 «Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения в организациях технического и профессионального, послесреднего образования» и Государственным общеобязательным стандартом технического и профессионального образования, Государственным общеобязательным стандартом послесреднего образования, утвержденным приказом Министра просвещения Республики Казахстан от 3 августа 2022 года № 348.

На изучение учебной дисциплины "Цифровой маркетинг" предусмотрено 120 часов (5 кредитов), в том числе теоретических – 22 часа, лабораторно-практических – 30 часа, СРОП – 20 часа, СРС – 48 часа.

Формируемая компетенция

Содержание образовательной программы направлено на освоение:

Базовых компетенций:

БК1 – Навыки работы с веб-аналитикой, умение интерпретировать данные и проводить А/В-тесты являются ключевыми для успешного цифрового маркетолога;

БК2 – Умение анализировать рынок, изучать целевую аудиторию и разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии;

БК3 – Умение эффективно коммуницировать, работать в коллективе, убеждать и взаимодействовать с клиентами и партнерами.

Профессиональных компетенций:

ПК1– обладать глубоким знанием и опытом работы с различными каналами и инструментами цифрового маркетинга;

ПК2 – уметь собирать, анализировать и интерпретировать данные, проводить А/В-тесты и оптимизировать маркетинговые кампании на основе полученных результатов.

ПК3 – уметь создавать привлекательный и убедительный контент для различных каналов цифрового маркетинга.

Постреквизиты

- Информатика;
- Информационно-коммуникативные технологии в маркетинге и работа с базами данных;
- Основы предпринимательской деятельности.

Пререквизиты

- Маркетинговые исследования;
- Международный маркетинг;
- Рекламная деятельность и PR компании.

Необходимые средства обучения, оборудование

Персональный компьютер, интегрированная среда разработки, интерактивная доска, проектор, интернет, мультимедийные лекции и учебники, раздаточные материалы.

Контактная информация преподавателя:

Сериков Медет Каликаримович
Ф.И.О.

Тел.: +7 701 454 77 93

e-mail: 7014547793@mail.ru

Перечень литературы и средств обучения

Основная литература:

1. Кингснорт С. Стратегия цифрового маркетинга. – Litres, 2022.
2. Шевченко Д. А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов //Практический маркетинг. – 2019.
3. Лунева Е. А., Реброва Н. П. Цифровой маркетинг. – 2021.
4. Шевченко Д. Цифровой маркетинг-микс. Учебник. – Litres, 2022.
5. Омаров М. М., Афанасьева Е. С. Цифровой маркетинг: стратегическое развитие и тактические действия предпринимательских структур на рынке. – 2021.
6. Бутковская Г. В., Статкус А. В. Цифровой маркетинг: поведение потребителей. – 2019.
7. Кингснорт С. Стратегия цифрового маркетинга. – Litres, 2022.
8. Брутян М. М. Цифровая революция в маркетинге //Практический маркетинг. – 2019

Дополнительная литература:

1. Гришкина Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайн-платформе //Хроноэкономика. – 2019.
2. Байбардина Т. Н., Бурцева О. А. Роль и значение цифрового маркетинга в информационном обществе. – 2022..
3. Шевченко Д. Основы современного маркетинга. – Litres, 2022.

Распределение часов по семестрам

Дисциплина/ код и наименование модуля	Всего часов в модуле	В том числе							
		1 курс		2 курс		3 курс		4 курс	
		1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Цифровой маркетинг	120					24	48		
Всего:	120					24	48		
Итого на обучение по дисциплине/ модулю	120					24	48		

Содержание рабочей учебной программы

№	Разделы/ Результаты обучения	Темы/ критерии оценки	Всего часов	в том числе				Тип занятия	Оценочные задания
				Теоретические	Лабораторно-практические	Самостоятельная работа обучающегося под руководством преподавателя	Самостоятельная работа обучающегося		
	Раздел 1. Основы цифрового маркетинга		24	4	8	4	8		
1	Результаты обучения: Понимание основных принципов и концепций цифрового маркетинга Умение разрабатывать цифровую маркетинговую стратегию. Знание и использование инструментов цифрового маркетинга. Умение создавать и оптимизировать контент. Аналитика и измерение результатов.	Что такое цифровой маркетинг? Критерии оценки: Понимание принципов цифрового маркетинга	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/1/ 25-32 стр.
2		Эволюция маркетинга Критерии оценки: применение цифровых маркетинговых стратегий	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/1/ 35-47 стр.
3		Цифровая трансформация Критерии оценки: Умение определить целевую аудиторию	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/1/ 49-56 стр.
4		Цифровой маркетинг против традиционного Критерии оценки: Наличие целей и ключевых показателей	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/1/ 60-72 стр.
5		Цифровая стратегия Критерии оценки: Знание и использование онлайн-каналов	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/1/ 74-88 стр.
6		Исследование рынка Критерии оценки: Умение проводить и анализировать рынок	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/1/ 91-108 стр.
7		Цифровая воронка продаж Критерии оценки: Качество и эффективность контента	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/1/ 110-119 стр.
8		Социальные медиа и их роль Критерии оценки: Знание и применение основ SEO-оптимизации	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/1/ 121-135 стр.
9		Создание эффективных email-кампаний Критерии оценки: Умение разрабатывать рекламные кампании	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/1/ 138-147 стр.

10		Создание ценного контента Критерии оценки: использование электронной почты в маркетинге	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/1/ 151-167 стр.
11		Сотрудничество с популярными блогерами Критерии оценки: Владение инструментами аналитики	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/2/ 25-32 стр.
12		Аналитика в цифровом маркетинге. Контрольная работа №1 Критерии оценки: Умение интерпретировать данные	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/2/ 35-47 стр.
	Раздел 2. Аналитика и измерение результатов		48	8	10	8	22		
13	Результаты обучения: Понимание основных понятий и принципов аналитики в цифровом маркетинге: сможете объяснить ключевые термины, такие как метрики, конверсии, воронка продаж, сегментация аудитории и т.д. Умение выбирать и настраивать аналитические инструменты: сможете выбрать и настроить подходящие инструменты аналитики, такие как Google Analytics, для сбора и анализа данных о посетителях вашего веб-сайта или других цифровых каналов.	Введение в веб-аналитику Критерии оценки: настройка аналитических инструментов	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/2/ 49-56 стр.
14		Основные инструменты веб-аналитики Критерии оценки: Наличие ключевых показателей	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/2/ 60-72 стр.
15		Установка кода отслеживания Критерии оценки: достоверность данных в аналитике	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/2/ 74-88 стр.
16		Понимание основных метрик веб-аналитики Критерии оценки: Понимание основных метрик	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/2/ 91-108 стр.
17		Анализ трафика на сайте Критерии оценки: Комплексный анализ трафика на сайте	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/2/ 110-119 стр.
18		Изучение поведения пользователей Критерии оценки: Измерение конверсий пользователей	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/2/ 121-135 стр.
19		Анализ конверсий пользователей Критерии оценки: Анализ поведения пользователей на сайте	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/2/ 138-147 стр.
20		Создание пользовательских отчетов Критерии оценки: Эффективность рекламных кампаний	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/2/ 151-167 стр.
21		Использование мультиканальной воронки Критерии оценки: Метрики SEO: органический трафик	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/3/ 25-32 стр.
22		Измерение в цифровом маркетинге Критерии оценки: Анализ социальных медиа	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/3/ 35-47 стр.
23		Анализ эффективности рекламных кампаний Критерии оценки: Мобильная аналитика	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/3/ 49-56 стр.

24		Понимание удержания пользователей Критерии оценки: Анализ эффективности электронной почты	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/3/ 60-72 стр.
25	Анализ и интерпретация данных: Вы научитесь анализировать данные и извлекать ценные инсайты из них. Измерение эффективности маркетинговых кампаний: Принятие данных обоснованных решений:	Измерение эффективности контент-маркетинга Критерии оценки: Анализ конкурентов и сравнение	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/3/ 74-88 стр.
26		Анализ электронной почты маркетинга Критерии оценки: создание информативных отчетов	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/3/ 91-108 стр.
27		Оценка эффективности социальных медиа Критерии оценки: Тестирование и оптимизация контента	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/3/ 110-119 стр.
28		Разработка и анализ опросов Критерии оценки: Мониторинг и измерение репутации бренда	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/3/ 121-135 стр.
29		Мобильная аналитика Критерии оценки: Анализ эффективности мероприятий	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/3/ 138-147 стр.
30		Понимание метрик SEO Критерии оценки: оценка жизненной стоимости клиентов	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/3/ 151-167 стр.
31		Введение в инструменты данных Критерии оценки: Анализ воронки продаж	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/4/ 25-32 стр.
32		Анализ конкурентов Критерии оценки: Оценка эффективности контент-маркетинга	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/4/ 35-47 стр.
33		Понимание влияния рекламы Критерии оценки: Анализ маркетинговых инсайтов	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/4/ 49-56 стр.
34		Визуализация данных Критерии оценки: Измерение удовлетворенности и лояльности клиентов	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/4/ 60-72 стр.
35		Измерение пользовательского опыта Критерии оценки: Соблюдение требований законодательства	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/4/ 74-88 стр.
36		Использование Big Data в аналитике Критерии оценки: Эффективность рекламных кампаний	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/4/ 91-108 стр.
	Раздел 3. Создание контента и управление контент-стратегией		48	10	12	8	18		
37	Результаты обучения:	Роль контента в цифровом маркетинге Критерии оценки: насколько контент оригинален	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/4/ 110-119 стр.

38	Умение создавать качественный контент: Вы научитесь создавать контент различных форматов, таких как статьи, блоги, видео, инфографика и другие, с учетом потребностей и интересов вашей целевой аудитории.	Определение целевой аудитории Критерии оценки: предоставляет ценную информацию для аудитории	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/4/ 121-135 стр.
39		Планирование контент-стратегии Критерии оценки: соответствует текущим трендам и изменениям	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/4/ 138-147 стр.
40		Создание эффективных заголовков Критерии оценки: информативны заголовок и подзаголовки контента	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/4/ 151-167 стр.
41		написания привлекательного контента Критерии оценки: Качество написания: контент написан грамотно	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/5/ 25-32 стр.
42		Оптимизация контента для поисковых систем Критерии оценки: соответствующее визуальное оформление	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/5/ 35-47 стр.
43		Вовлечение аудитории через контент Критерии оценки: способствует взаимодействию с аудиторией	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/5/ 49-56 стр.
44		создание привлекательных постов Критерии оценки: контент оптимизирован для поисковых систем	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/5/ 60-72 стр.
45		создание ценного контента для аудитории Критерии оценки: контент доступен для различных устройств	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/5/ 74-88 стр.
46		сотрудничество с влиятельными блогерами Критерии оценки: контент отражает ценности, стиль и голос бренда	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/5/ 91-108 стр.
47	Умение оптимизировать контент для поисковых систем (SEO): Вы научитесь оптимизировать	Распространение контента через рассылки Критерии оценки: контент способствует достижению целей	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/5/ 110-119 стр.
48		Использование визуальных элементов Критерии оценки: Аналитика и измерение результатов	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/5/ 121-135 стр.
49		Повторное обращение к посетителям сайта Критерии оценки: применение маркетинговой автоматизации	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/5/ 138-147 стр.
50		Оптимизация для мобильных устройств Критерии оценки: Умение взаимодействовать с клиентами	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/5/ 151-167 стр.

51	контент для поисковых систем, чтобы повысить его видимость и привлечь больше органического трафика.	Создание контента для различных каналов Критерии оценки: Знание и использование социальных медиа	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/6/ 25-32 стр.
52		Использование искусственного интеллекта Критерии оценки: Умение управлять бюджетом маркетинга	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/6/ 35-47 стр.
53		Сотрудничество с партнерами Критерии оценки: использование мобильного маркетинга	2			2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	/6/ 49-56 стр.
54		Краудсорсинг и краудфандинг Критерии оценки: Умение работать с партнерами	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/6/ 60-72 стр.
55		Отношения с клиентами и управление Критерии оценки: Знание и применение контентного маркетинга	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/6/ 74-88 стр.
56		Управление репутацией онлайн Критерии оценки: Умение следить за трендами	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/6/ 91-108 стр.
57	Анализ и оптимизация контента: научитесь анализировать данные и измерять эффективность вашего контента.	Автоматизация процессов и коммуникации Критерии оценки: Знание и применение международного маркетинга	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	/6/ 110-119 стр.
58		Создание эффективного лендинга Критерии оценки: Умение работать с влиятельными личностями	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	/6/ 121-135 стр.
59		Ключевые показатели эффективности Критерии оценки: применение маркетинга в электронной коммерции	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/6/ 138-147 стр.
60		Тренды и инновации в цифровом маркетинге. Контрольная работа №2 Критерии оценки: Знание и использование инструментов роста	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	/6/ 151-167 стр.
		Всего часов:	120	22	30	20	48		