## Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова Высшая школа управления и инноваций



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

Уровень высшего образования: Магистратура

Направление подготовки (специальность): 27.04.03 «Системный анализ и управление»

Форма обучения:

очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена На заседании Совета факультета (протокол № 3, 29 мая 2023 г.) Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки / специальности 27.04.03 «Системный анализ и управление» (программа магистратуры), утвержденным приказом МГУ от 29 мая 2023 года №697.

Год (годы) приема на обучение: 2024.

#### 1. Профиль программы: «Системный анализ и управление».

#### 2. Цель и задачи дисциплины

**Целью** изучения дисциплины «Цифровой маркетинг» является формирование у обучающихся знаний особенностей организации и проведения маркетинговой кампании в Интернете, навыков и умений применения инструментов интернет-маркетинга.

При изучении курса ставятся следующие задачи:

- изучить особенности проведения маркетинговой кампании в Интернете;
- формирование знаний, необходимых для осуществления маркетингового анализа с применения современных интернет-технологий;
- развитие умений и навыков использования современных
- все этапы жизни любого Интернет-проекта;
- формирование знаний и умений пользования современного инструментария планирования,
- контроля и развития Интернет-проектов.
- **3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО:** относится к профессиональному блоку вариативной части учебного плана, реализуется на 2 году обучения (2 курс, 3 семестр).
- **4.** Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.

Компетенции выпускников, формируемые (полностью или частично) при реализации дисциплины (модуля):

Код и наименование	Код и наименование	Планируемые результаты				
компетенции	индикатора					
Универсальные компетенции						
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, формулировать научно обоснованные гипотезы, применять методологию научного познания в профессиональной деятельности.		Знать:				
		разработке и предлагать способы их решения;				

		Владеть:  — технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий;  — навыками критического анализа;  — навыками применения системного подхода к анализу проблемных ситуаций.  — навыками интерпретации полученных данных в ходе анализа проблемной ситуации и формирования обоснованных выводов.
	УК-1.2. Разрабатывает и обосновывает стратегию действий по решению проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.	Знать основные положения разработки стратегии действий по решению проблемной ситуации; Уметь:  — разрабатывать и обосновывать стратегию действий по решению проблемной ситуации;  — использовать системный и междисциплинарные подходы к решению проблемной ситуации;  Владеть навыками разработки стратегии действий по решению проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов.
	УК-1.3. Использует логикометодологический инструментарий для решения проблемной ситуаций.	Знать основные положения использования логикометодологического инструментария; Уметь использовать логикометодологический инструментарий для решения проблемной ситуаций; Владеть навыками применения логико-методологического инструментария для решения проблемной ситуаций.
У УК-5. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке (иностранных языках), для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5.1. Устанавливает и развивает коммуникацию на государственном и иностранном языке (иностранных языках) в процессе академического и профессионального взаимодействия	Знать:  - основы коммуникативного поведения (вербального и невербального);  - методы коммуникации в деловой среде;  - структуру и основные языковые клише переговоров;  - современные информационно-коммуникационные технологии в сфере академического и

	профессионального взаимодействия;
	Уметь:  — понимать иноязычную устную и письменную академическую речь;  — осуществлять коммуникацию на иностранном языке (иностранных языках);  — вести диалог, соблюдая нормы речевого этикета;  — устанавливать контакты и осуществлять коммуникацию в деловой среде;
	Владеть:  — навыками межкультурного взаимодействия с использованием современных коммуникативных технологий;  — навыками устной и письменной речи на государственном и иностранном языке (иностранных языках) для поддержания профессионального делового общения;  — навыками самостоятельного поиска знаний и их освоения для улучшения своих языковых способностей;  — навыками активного восприятия аргументации собеседника, выражения эмпатии, убеждения с использованием адекватных языковых средств.
УК-5.3. Составляет, переводит и редактирует тексты на государственном и иностранном языке (иностранных языках) в рамках академического и профессионального взаимодействия	Знать:  — жанровые разновидности текстов;  — приемы и технологии перевода.  Уметь:  — переводить тексты на иностранном языке профессиональной направленности в устной и письменной формах на русский язык;  — осуществлять поиск информации на иностранном языке, систематизировать, обобщать и анализировать её;  — исключать избыточную информацию, вести дискуссию по теме специальности; находить компромиссные решения в дебатах

		и применять адекватные языковые средства для их достижения;  — вести деловую переписку и осуществлять электронную коммуникацию в рамках академического и профессионального взаимодействия;
		Владеть:  - методами анализа периодической печати по направлению подготовки;  - навыками перевода аутентичного текста по направлению подготовки;  - принимать участие в академических и профессиональных дискуссиях на государственном и иностранном языке (иностранных языках);
УК-6. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6.1. Учитывает обычаи, нормы поведения, культурные особенности в процессе социального и профессионального взаимодействия	Знать:  - исторические типы культур и их особенности;  - механизмы межкультурного взаимодействия;  - принципы соотношения общемировых и национальных культурных процессов;  Уметь: выявлять и учитывать культурные особенности людей в процессе социального и профессионального взаимодействия с ними;  Владеть навыками межличностного взаимодействия с людьми с учетом их культурных особенностей.
	УК-6.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп.	Знать:  - основы межкультурной и межличностной профессиональной коммуникации;  - сущность организационной культуры, ее элементы и уровни, типологии, национальную специфику;  - специфику управления персоналом мультинациональных организаций и проектов;  Уметь:

определять тип организационной культуры; осуществлять межкультурную и межличностную профессиональную коммуникацию; особенности выявлять организационной культуры организации; Владеть: навыками организации эффективного взаимодействия с учетом межкультурных различий для решения социальных и профессиональных задач. Общепрофессиональные компетенции ОПК-2. Способен ОПК-2.1. Формулирует Знать: фундаментальные разделы, формулировать задачи задачи управления в профильные разделы математических управления в технических технических системах на и естественнонаучных дисциплин; системах и обосновывать методы основе знаний, профильных разделов математических и их решения Уметь формулировать задачи профессиональной деятельности на естественнонаучных дисциплин основе знаний, профильных разделов математических и естественнонаучных дисциплин; Владеть методами формулирования задач профессиональной деятельности на основе знаний в области математики, естественных и технических наук. ОПК-3. Способен решать задачи ОПК-3.1. Применяет Знать: особенности развития системного анализа и управления результаты и тенденции последних достижений науки и в технических системах на базе последних достижений науки техники в области управления в последних достижений науки и и техники для решения задач технических системах; в области управления в техники Уметь: технических системах - выявлять тенденции технологического развития наукоемких сферах деятельности; – решать задачи управления технических системах использованием современных технологий: Владеть: навыками применения современных технологий для

		решения задачи управления в
		технических системах.
	ОПК-3.2. Использует	Знать: общие методы решения
	фундаментальные знания для	базовых задач управления в
	решения базовых задач	технических системах;
	управления в технических	Уметь:
	системах	– применять знания естественных
		наук для построения
		математических моделей объектов
		и процессов;
		– применять методы и способы
		решения базовых задач в
		технических системах;
		Владеть навыками решения базовых
		задач управления в технических
		системах.
ОПК-4. Способен осуществлять	ОПК-4.1. Выбирает и	Знать:
оценку эффективности	разрабатывает критерии	<ul> <li>математические методы для</li> </ul>
технических систем методами	оценки эффективности	оценки эффективности
системного анализа и управления	технических систем	технических систем;
		– критерии и показатели оценки
		эффективности технических
		систем;
		<ul> <li>особенности разработки</li> </ul>
		критериальных систем оценки;
		Уметь: - выбирать актуальные с учетом
		рабочей ситуации критерии и
		показатели оценки эффективности
		технических систем;
		<ul> <li>разрабатывать критерии и</li> </ul>
		показатели оценки эффективности
		технических систем;
		– формулировать вывод об
		эффективности технических
		систем;
		Владеть: навыками разработки
		критериальной системы оценки
		эффективности технических систем
		на основе современных
		математических методов.
	ОПК-4.2. Осуществляет	Знать:
	оценку эффективности систем	<ul> <li>математические методы для</li> </ul>
	управления	оценки эффективности
		технических систем;
		- критерии и показатели оценки
		эффективности технических
		систем;
		<ul> <li>методы оценки эффективности</li> </ul>
		технических систем; Уметь:
		J WILLID.

		<ul> <li>применять основные методы математического аппарата для осуществления оценки эффективности технических систем;</li> <li>разрабатывать критерии, выбирать и применять показатели оценки</li> </ul>
		эффективности технических систем;  - формулировать вывод об эффективности технических систем;
	OHE 4.2 Days 5 areas are	Владеть: навыками оценки эффективности технических систем на основе современных математических методов.
	ОПК-4.3. Вырабатывает и реализовывает управленческие решения по повышению эффективности критериев оценки систем управления в области инновационной деятельности	Знать:  - основные элементы системы управления в области инновационной деятельности;  - особенности разработки критериальных систем оценки;
		Уметь:
		Владеть навыками выработки и принятия управленческих решений по повышению эффективности критериев оценки систем управления в области инновационной деятельности.
научно-исследовательский тип з	Профессиональные компетен	ции
ПК-3. Способен анализировать	ПК-3.1. Анализирует	Знать:
требования архитектуры программного средства, организует разработку архитектурного проекта программного средства.	требования архитектуры программного средства	<ul> <li>требования архитектуры программного средства;</li> <li>методы анализа ПО;</li> <li>модели архитектуры;</li> </ul>
1 F		Умеет:

		анализировать и оценивать архитектуру программного обеспечения на предмет атрибутов качества;  Владеть навыками анализа требований архитектуры программного средства.
	<b>ПК-3.2.</b> Организует разработку архитектурного проекта программного средства	Знать:  - современные разработки и тенденции в области проектирования ПО;  - методы разработки и проектирования ПО;  Уметь:  - формулирование задач выбора технологий и средств разработки программного обеспечения;  - применять современные разработки и тенденции в области проектирования ПО в
		профессиональной деятельности;  проектировать архитектуру программного обеспечения;  создание экономической модели архитектурного проекта программного средства;  применять инструменты разработки технико-экономического обоснования выбранного варианта архитектуры компонентов;  Владеть:
ПК-4. Способен разрабатывать стратегию тестирования программного продукта с учетом предъявляемых требований и осуществлять контроль её реализации.	<b>ПК-4.1.</b> Способен разрабатывать стратегию тестирования программного продукта.	навыками разработки архитектурного проекта программного средства;  Знать:  особенности разработки стратегии тестирования программного продукта;  базовые понятия качества программного продукта и качества процесса разработки программного обеспечения;  методики и методы тестирования;  метрики и риски тестирования программного продукта;  Уметь:

		THE ORD STATES
		<ul><li>проводить экспертизу</li></ul>
		требований к программному
		продукту;
		<ul> <li>определять цели тестирования</li> </ul>
		программного продукта;
		– определять инструментальные
		средства для достижения целей
		тестирования;
		<ul> <li>проводить анализ рисков</li> </ul>
		внедрения программного
		продукта и разрабатывать план
		по их снижению;
		<ul> <li>оценивать сроки выполнения</li> </ul>
		тестирования;
		– документировать передачу
		программного продукта на
		тестирование;
		– определять наиболее значимые
		критерии качества программного
		продукта;
		– принимать решения в
		критических ситуациях;
		inprint restaur stray waxaara,
		Владеть навыками разработки
		стратегии тестирования
		программного продукта.
		программного продукта.
	ПК-4.2. Осуществляет	
	<b>ПК-4.2.</b> Осуществляет контроль реализации	Знать:
	контроль реализации	Знать: - основы тестирования
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации	Знать:  - основы тестирования программного продукта;  - критерии качества программного
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:  - основы тестирования программного продукта;  - критерии качества программного продукта и качества процесса
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:  - основы тестирования программного продукта;  - критерии качества программного продукта и качества процесса
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:  - основы тестирования программного продукта;  - критерии качества программного продукта и качества процесса разработки программного обеспечения;
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
	контроль реализации стратегии тестирования	Знать:
научно-исследовательский тип з	контроль реализации стратегии тестирования программного продукта	Знать:

**ПК-14.** Способен анализировать информационные потребности посетителей веб-сайта посредством применения современных методов сбора статистики посещаемости, осуществлять управление сайтом организации

**ПК-14.1.** Осуществляет поиск информации и мониторинг её изменения в сети Интернет и других источниках для решения задач организации.

#### Знать:

- особенности структуры организации;
- основы работы с информационными источниками и статистическими сервисами сети Интернет;

#### Уметь:

- формировать запросы и получение информации от сотрудников организации;
- согласовывать и утверждать информационные материалы;
- передача информационных материалов, замечаний, исправлений между специалистами по информационным ресурсам и другими сотрудниками;
- проводить мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации;
- осуществлять поиск и мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации для решения задач организации;
- оценивать значимость и приоритетность получаемой информации;
- работать с большими объемами информации;

#### Владеть:

- навыками выявления потенциальных источников информации;
- различными методами поиска информации в сети Интернет для решения задач организации;
- составлять информационные материалы на основе поведенного анализа информации для решения задач организации;
- программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет.

ПК-14.2. Управляет сайтом	Знать:
организации	– терминологию и ключевые
	параметры веб-статистики;
	<ul> <li>инструменты и методы сбора веб-</li> </ul>
	статистики;
	Уметь:
	<ul> <li>проводить анализ посещаемости</li> </ul>
	сайта организации и его
	аудитории;
	– документировать работы по
	управлению информационными
	ресурсами сайта;
	– формулировать требования к
	структуре и сервисам веб-сайта;
	– организовать работы по
	проектированию сайта и анализу
	требований пользователей,
	бизнес-требований,
	существующей структуры и
	содержания веб-сайта;
	– уметь использовать системы
	управления контентом;
	Владеть:
	<ul> <li>сервисами для оценки</li> </ul>
	посещаемости и характеристик
	аудитории сайта;
	– функциями CMS и социальных
	сетей для оценки посещаемости
	веб-сайта;
	<ul> <li>навыками подготовки итоговой</li> </ul>
	отчетности о работе сайта и
	формировать предложения по
	развитию сайта.

Иметь опыт разработки маркетинговой кампании в Интернете.

- 5. Форма обучения: очная.
- **6. Объем дисциплины (модуля)** составляет 72 часов, 2 зачетные единицы, в том числе 30 часов аудиторная нагрузка, из которых 6 часов лекции, 24 часов семинары, 42 часа самостоятельная работа студентов. Изучается на 2 курсе (3 семестр), итоговая форма отчетности экзамен.
- **7.** Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

п/п	Наименование раздела	Лекция	Практи-	Лабора-			Формы
	дисциплины		ческие	торные	Семинар	CPC	текущего
			занятия	занятия			контроля

1	Введение в предмет.						
	_	0,5	-	-	2	6	Реферат Опрос
2	Маркетинговая воронка и основы аналитики.	0,5	-	-	2	4	Домашнее задание Опрос
3	Анализ бренда и разработка коммуникационной стратегии.	1	-		4	6	Домашнее задание Опрос
4	Оптимизация продукта.	1	-	-	4	6	Опрос
5	Основные инструменты интернет-маркетинга.	1	_	_	4	4	Домашнее задание Опрос
6	Организация рекламной кампании в Интернете.	1	-	-	4	6	Домашнее задание Опрос КР
7	Особенности оптимизации поисковой выдачи для сайта.	1	-	-	4	6	Домашнее задание Опрос Тест
	Промежуточная					4	
	аттестация (экзамен) Итого	6	_	-	24	42	
	F11010	U	•	•	<b>44</b>	74	

## 8. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

# 8.1 Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

### 8.1.1 Темы рефератов

- 1. Сегментация аудитории российского Интернета.
- 2. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.
- 3. Воздействие рекламных акций и других факторов на составаудитории сайта.
- 4. Динамика формирования и изменения аудитории сайта под воздействием

- рекламы и других факторов.
- 5. Проведение интернет-опросов. Получение маркетинговой информации о посетителях web-сайта.
- 6. Анализ контента и группы (сообщества) с использованиемсервиса Jagajam.com.
- 7. Анализ контента и группы (сообщества) с использованием сервиса Socialstats.ru.
- 8. Анализ контента и группы (сообщества) с использованиемсервиса Popsters.ru.
- 9. Поиск упоминания бренда в сети Интернет (электронные СМИ и социальные сети) с использованием внешнихсервисов IQbuzz.ru..

## 8.1.2 Вопросы для текущего контроля и самостоятельной работы студентов (вопросы для устного опроса)

- 1. Основные инструменты Интернет-маркетинга.
- 2. Место Интернет-маркетинга в деятельности компании.
- 3. Принципы этичного маркетинга в сети Интернет.
- 4. Понятие веб-сайта предприятия. Его структура.
- 5. Цели и задачи, стоящие перед веб-сайтом предприятия.
- 6. Роль службы маркетинга при создании веб-сайта предприятия.
- 7. Структурирование целевых аудиторий.
- 8. Создание четкого УТП с помощью веб-сайта.
- 9. Роль посредников при создании сайта предприятия.
- 10. Порядок оптимизации сайта предприятия.
- 11. Сферы применения поискового маркетинга.
- 12. Составление семантического ядра сайта.
- 13. Непоисковое продвижение.
- 14. Системы интернет-статистики. Показатели характеризующие эффективность
- 15. продвижения сайта предприятия в сети Интернет.
- 16. Преимущества электронной почты.
- 17. Условия использования инструментов е-mail маркетинга: структура и
- 18. содержание договоров, ценовая политика.
- 19. 20 Требования к построению электронных сообщений.
- 20. Обеспечение механизма обратной связи.
- 21. Эффективность е-mail маркетинга и методы ее повышения.
- 22. Приемы подготовки эффективного электронного письма.
- 23. Форматы рекламы в сети Интернет.
- 24. Контекстная реклама: цели задачи.
- 25. Неэтичные методы продвижения.
- 26. Понятие партнерских программ.
- 27. Виды партнерских программ в интернете.
- 28. Достоинства партнерских программ.
- 29. Создание партнерских программ.
- 30. Понятие социальной сети.
- 31. Роль маркетинга в социальных сетях.
- 32. Оценка маркетинга в социальных сетях.
- 33. План маркетинга в социальных сетях.
- 34. План маркетинга в сети интернет: образ участника и целеполагание.
- 35. План маркетинга в сети интернет: план отбора каналов и креативная
- 36. концепция.
- 37. План маркетинга в сети интернет: схема контента.

### 8.1.3 Пример домашнего задания

Задание 1. Провести анализ активных участников сообщества, индексы вовлечения и одобрения, количество реакций на контент, расчет максимального количества пользователей онлайн, а также определить самый популярный контент группы, используя сервис Jagajam.com. JagaJam — это сервисная платформа для построения эффективного маркетинга в социальных медиа. JagaJam предназначен для SMM-специалистов, бренд-менеджеров, маркетологов, сотрудников digital-агентств. Инструменты JagaJam позволяют проводить глубокий анализ сообществ в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Twitter и Instagram. Объекты анализа: аудитория, ее активность и вовлеченность, публикуемый контент.

**Задание 2.** С использованием сервиса Popsters.ru провести анализ контента, рассчитать ER и другие параметры результативности страницы и группы. Он максимально прост, сайт обсчитывает определенной количество постов в группе и на странице. Доступен анализ совершенно любых сообществ ВКонтакте и Facebook. Есть возможность загрузить часть записей. Сортировать результаты можно по «лайкам», «репостам» и «комментариям».

Задание 3. Разработайте предложение о скидках и подарках за отзыв, вступление в группу и подготовьте текст сообщения. Подготовьте для размещения сообщения о скидках и подарках за отзыв, самый лучший отзыв, первые 200 отзывов и т.п. В качестве бонусов можно использовать скидки на товары, начисление каких- либо баллов для приобретения бесплатно каких-либо услуг и т.п.

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

### 8.2.1 Контрольная работа

Необходимо создать и подготовить группу к продвижению в социальной сети «ВКонтакте». Для этого ее необходимо наполнить контентом и грамотно оформить.

При оценке качества выполнения задания будут учитываться:

- 1. Количество членов группы
- 2. Статистика посещаемости группы
- 3. Наличие и качество представления всех, перечисленных в задании элементов группы (сообщества)
- 4. Полнота представления коммерческой информации
- 5. Наличие комментариев и лайков
- 6. Наличие в группе элементов, увеличивающих конверсию!

### 8.2.2 Пример теста

- 1. T<sub>2</sub>Γ :
- а) этот тэг не имеет отношения к созданию списков
- б) маркированного списка
- в) многоуровневого списка
- г) отвечает за создание
- д) нумерованного списка

- 2. Вопрос 7 из 29: Выберите вариант, содержащий необязательные тэги:
- a) </html>, </head>, <body>
- б) <html>, <head>, <font>
- B) <html>, <head>, </body>,
- 3. При выполнении какого тэга шрифт на странице будет красного цвета?
- a) <FONT color=red>
- б) <BODY bgcolor=red>
- 4. объединения столбцов в таблице это:
- a) <TR colspan=N>
- 6) <TD rowspan=N>
- в) <TD colspan=N>
- 5. Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет:
- a) pdf, wmf
- б) gif, jpg
- в) pmt, bmp
- 6. Наиболее популярным является формат баннера:
- a) 100x100 (125x125) (Square Banner)
- б) 468x60 (Full Banner)
- B) 88x31/88x62 (Micro Button/Macro Button)
- 7. Вопрос 12 из 29: Самым крупным на странице будет заголовок, заключенный в тэг:
- a) <H6> </H6>
- б) <H1></H1>
- B) <H3> </H3>
- 8. В форме указано следующее action=mailto:ivanovserg@mail.ru?subject=Opros, .... В данном случае электронный адрес это:
- а) адрес организатора опроса
- б) адрес участника опроса
- 9. Таблица описана двумя парами тэгов <TR> и шестью парами тэгов <TD>. Сколько в ней строк и столбцов?
- а) две строки, три столбца
- б) 4 строки, 6 столбцов
- в) два столбца три строки
- 10. 1 бод соответствует:
- а) 1 бит в секунду
- б) 2 бита в секунду
- в) 10 бит в секунду

## 11. Значительную часть времени, проведенного в Интернет, российские взрослые пользователи тратят на:

- а) поиск информации
- б) чтение новостей
- в) совершение покупок

## 12. Вопросы персонального характера (профессия, место жительства) желательно указывать:

- а) в конце опросной формы
- б) в начале опросной формы

## 13. При проектировании опросной формы не рекомендуется:

- а) включать много радиокнопок
- б) включать вопросы личного характера
- в) использовать много текстовых полей

### 14. Пользователь заполняет форму с перечнем:

- а) активные маркетинговые исследования
- б) пассивные маркетинговые исследования

## 15. В вопросе «Перечислите торговые марки чая, которые вы употребляли за последний год» целесообразно использовать форму типа:

- а) флажок
- б) текстовое поле
- в) радиокнопка

#### 16. 187.124.60.43 – это:

- а) ІР-адрес
- б) URL-адрес

#### 17. Каким образом в поисковых системах строятся каталоги?

- а) программами-роботами
- б) в диалоговом режиме
- в) людьми
- г) автоматически

# 18. После выполнения тэгов <title> домашняя страница Васи </title> текст отобразится:

- а) в качестве заголовка на странице
- б) в левом верхнем углу окна браузера
- в) в левом верхнем углу окна браузера и в качестве заголовка первого уровня на странице
- г) в качестве заголовка первого уровня на странице

## 19. Web-страницу можно создать с помощью:

- а) любого текстового редактора, воспринимающего ASCII
- б) специальных редакторов документов, например MS Front Page, HTMLPad
- в) только с помощью редактора Блокнот

г) Web-мастера графического редактора PowerPoint

## 20. Показателем того, что пользователь заинтересовался сайтом является следующее:

- а) несколько пользователей с одного IP-адреса посетили сайт
- б) пользователь загрузил ресурс, рекламируемый баннером на главной странице
- в) пользователь посетил не только главную страницу, но и некоторые другие

### Итоговое задание к экзамену (проектная работа)

Необходимо разработать посадочную страницу сайта для Вашего бизнеса (по выбору студента). Технически посадочная страница состоит из тех же элементов, что и обычная страница. Но с социально-экономической точки зрения посадочная страница должна подтолкнуть пользователя совершить требуемое действие. В интернете предоставляются образцы посадочных страниц для различных видов бизнеса:

- 1. http://themeforest.net/category/marketing/landing-pages
- 2. http://www.templatemonster.com/ самый крупный в мире тимплейт-банк. Помимо покупки шаблона, можно заказать установку на свой хостинг и наполнение контентом. Интерфейс переведен на русский язык.
- 3. https://wrapbootstrap.com/tag/landing-page современные шаблоны, для любителей дизайна в стиле apple и android. Цены от \$8 до \$19
- 4. http://www.designyourway.net/drb/free-psd-website-tem.. 25 бесплатных шаблонов посадочных страниц в формате PSD. Осталось только сделать верстку и наполнить контентом.

При построении лендинга применима маркетинговая модель AIDAS, описывающая процесс принятия потребителем решения о покупке продукта или сервиса:

- 1) Attention (внимание). привлечение внимания потребителя, чаще всего с помощью рекламы;
- 2) Interest (интерес). Вызвать интерес потребителя, демонстрируя пользу, характеристики преимущества товара или сервиса;
- 3) Desire (желание). Вызвать у потребителя желание приобрести товар. проще всего это сделать, акцентируя внимание не на товаре, а на задаче, которую данный товар решает: продавать не крем, а красоту, не автомобиль, а свободу и престиж;
- 4) Action (действие). Этап приобретения товара. Для ускорения прохождения предыдущих этапов часто предлагаются гарантии, особые условия, скидки.
- 5) Satisfaction (удовлетворение). поддержание лояльности потребителя с помощью качественного сервиса, информирования, положительного впечатления о товаре или услуге.

#### 9. Ресурсное обеспечение:

#### 9.1 Перечень основной и дополнительной литературы

### а) Основная литература:

- 1. Джеффри, М. Маркетинг, основанный на данных. 15 ключевых показателей, которые должен знать каждый. Смарт Ридинг, цифровая книга.
- 2. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайнмаркетингу. М.: Олимп-Бизнес, 2019. с. 416.

- 3. Васильева, Е.В., Зобнина М.Р. Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках. Генерация и проверка идей через CustDev, дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики. Учебник. М.: КноРус, 2021. с. 724.
- 4. Воронюк, А., Полищук А. Актуальный интернет-маркетинг. IPIO, 2018, цифровая книга.
- 5. Котлер, Ф., Картаджайа Х. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете. М.: Бомбора, 2019, с. 224.

### б) Дополнительная литература:

- 1. Давыдов, В.В., Фёдоров М.В. Интернет-маркетинг. М.: АСТ, 2020, цифровая книга.
- 2. Щепин, Е.В. Энергия клиента: Как окупается человеческий подход в бизнесе. М.: Альпина Паблишер, 2020, с. 168.
- 3. Халилов, Д. Ключевые идеи книги: Маркетинг в социальных сетях. Смарт Ридинг, цифровая книга.
- 4. Коллектив авторов. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации. Учебное пособие. СПб., Питер, цифровая книга.

### 9.2. Перечень лицензионного программного обеспечения (при необходимости)

MS Office.

### 9.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем.

ЭБС издательства «Лань» [учебные, научные издания, первоисточники, художественные произведения различных издательств; журналы] : сайт. — URL: http://e.lanbook.com.

ЭБС «Юрайт» [раздел «ВАША ПОДПИСКА: учебники и учебные пособия издательства «Юрайт»] : сайт. – URL: https://www.biblio-online.ru/catalog/.

## 9.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости).

- 1. http://upr.ru Электронный журнал «Управление предприятием»
- 2. http://www.cfin.ru Электронная библиотека интернет-портала «Корпоративный менеджмент»
- 3. http://www.econ.msu.ru/elibrary Электронная библиотека экономического факультета МГУ

### 9.5. Описание материально-технического обеспечения.

Для изучения дисциплины требуется аудитория, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций и решения математических задач. Реализация основной образовательной программы подготовки студентов обеспечивается доступом каждого студента к библиотечным фондам и базам данных по содержанию основной образовательной программы дисциплины. Библиотечные фонды МГУ располагают современной обязательной и дополнительной учебной литературы, необходимой для учебного процесса.

### 10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.

Обучающимся следует соблюдать дисциплину, вовремя приходить на занятия, осуществлять подготовку домашних заданий, выполнять проверочные и контрольные работы, проявлять активность на занятиях и придерживаться рекомендаций преподавателя.

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей образовательного процесса и направлена на развитие профессиональных навыков в области анализа и аудита технологий, в частности, использование современных методов анализа и оценки в этой области. Также в рамках самостоятельно работы обучающийся учится применять различные информационные источники, анализировать и обобщать информацию для поиска лучшего решения поставленных задач, что является важным в практической сфере. Для этого студентам предлагается использовать рекомендуемую научную и учебную литературу.

### 11. Образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины «Технологический аудит» используются следующие образовательные технологии:

### 1. Стандартные методы обучения:

- лекции;
- семинары, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- консультации преподавателей;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к семинарам, выполнение указанных выше письменных работ.

## 2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей;
- круглые столы;
- обсуждение подготовленных студентами рефераты;
- групповые дискуссии и проекты;
- обсуждение результатов работы студенческих исследовательских групп.

С целью реализации компетентностного подхода и формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в рамках учебного курса предусматривается использование в учебном процессе предусмотрены встречи с сотрудниками венчурных структур и мастер-классы по экономической экспертизе и аудиту технологических инноваций.

Приложение 1. **СИСТЕМА РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ И КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ** 

<b>№</b> п/п	СТРУКТУРА	Баллы по каждому модулю
1.	Оценка за активное участие в учебном процессе	
	и посещение занятий:	
	Всех занятий	5
	Не менее 75%	4
	Не менее 50%	3
	Не менее 25%	2
	Итого:	до 5
2.	устный опрос в форме собеседования (УО-1)	5
	письменный опрос в виде теста (ПР-1)	10
	письменная контрольная работа (ПР-2)	10
	письменная работа в форме реферата (ПР-4)	10
	домашние задания	10
	Итого:	45
3.	Экзамен	50
	ВСЕГО:	100

## Пересчет на 5 балльную систему

2	3	4	5
(неудовлетворительно)	(удовлетворительно)	(хорошо)	(онгилто)
< 50	50-64	65-84	85-100

## 12. Язык преподавания.

Русский.

## 13. Автор (авторы) программы.

Карандин Дмитрий Вячеславович, преподаватель, менеджер по развитию международного бизнеса АО «Росинфокоминвест».

## 14. Преподаватель (преподаватели) программы:

Карандин Дмитрий Вячеславович, преподаватель, менеджер по развитию международного бизнеса АО «Росинфокоминвест».