

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

| | | |
|----|--------------------------|----------------------------------|
| 1. | Кафедра | Экономики и управления |
| 2. | Направление подготовки | 38.03.01 Экономика |
| 3. | Направленность (профиль) | Внешнеэкономическая деятельность |
| 4. | Дисциплина (модуль) | Цифровой маркетинг |
| 5. | Форма обучения | очная |
| 6. | Год набора | 2022 |

I. Методические рекомендации

1.1. Методические рекомендации по организации работы обучающихся во время проведения лекционных и практических занятий

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации для практического занятия и указания для выполнения самостоятельной работы.

В ходе лекционных занятий студенту необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки, подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Рекомендуется активно задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

1.2. Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим занятиям)

Практические занятия посвящены изучению наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Можно подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Можно дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

1.3. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

– Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

– Самостоятельная работа студентов (далее – СРС) в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. СРС играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. Обучение в ВУЗе включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРС должна стать эффективной и целенаправленной работой студента.

– К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных способностей и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие студентов в практических занятиях, выполнение контрольных заданий и тестов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ. При этом СРС играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

– В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

– Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. Они включают в себя:

– изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;

– решение практических задач из своей профессиональной области;

– подготовку докладов и рефератов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ; – участие в работе студенческих конференций, комплексных научных исследованиях.

– Самостоятельная работа приобщает студентов к научному творчеству, поиску и решению актуальных современных проблем.

– Основной формой самостоятельной работы студента является изучение конспекта лекций, их дополнение, рекомендованной литературы, активное участие на практических и семинарских занятиях, решение практических задач. Изучение литературы

– При изучении материалов дисциплины студенту рекомендуется обратиться к дополнительной литературе.

– При изучении дополнительной литературы следует уделить внимание сопоставлению новой информации с полученной ранее. Зафиксировать для себя получение новой информации.

– Особое внимание следует обращать на приводимые примеры и новые понятия.

– Желательно при изучении материала вести конспект, в который рекомендуется вписывать определения, формулировки примеры и т. д. На полях конспекта следует отмечать вопросы, выделенные студентом для получения письменной или устной консультации преподавателя.

– Выводы рекомендуется в конспекте подчеркивать или обводить рамкой, чтобы при перечитывании конспекта они выделялись и лучше запоминались. Самопроверка

– После изучения определенной темы по учебнику и решения достаточного количества соответствующих задач студенту рекомендуется воспроизвести по памяти определения, примеры и другие важные сведения по изучаемой теме.

– Иногда недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при

изучении дальнейшего материала. В этом случае надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный раздел.

1.4. Методические рекомендации по подготовке презентаций

Алгоритм создания презентации:

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап – основные тезисы, выводы.

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
- на втором слайде необходимо разместить содержание презентации, а также краткое описание основных вопросов;
- оставшиеся слайды имеют информативный характер.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Требования к оформлению и представлению презентации:

1. Читабельность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.
2. Тщательно структурированная информация.
3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
7. Графика должна органично дополнять текст.
8. Выступление с презентацией длится не более 10 минут.

1.5. Методические рекомендации по подготовке доклада

Алгоритм создания доклада:

- 1 этап – определение темы доклада
- 2 этап – определение цели доклада
- 3 этап – подробное раскрытие информации
- 4 этап – формулирование основных тезисов и выводов.

1.6. Методические рекомендации по проведению занятий в интерактивной форме (выполнение практических заданий)

Интерактивное обучение представляет собой способ познания, осуществляемый в формах совместной деятельности обучающихся, т.е. все участники образовательного процесса взаимодействуют друг с другом, совместно решают поставленные проблемы, моделируют ситуации, обмениваются информацией, оценивают действие коллег и свое собственное поведение, погружаются в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем.

1.7. Методические рекомендации по решению теста

Тестовая система предусматривает вопросы/задания, на которые обучающийся должен дать один или несколько вариантов правильного ответа из предложенного списка ответов. При поиске ответа необходимо проявлять внимательность.

При отсутствии какого-либо одного ответа на вопрос, предусматривающий множественный выбор, весь ответ считается неправильным.

Ответы правильные выделяются в тесте подчеркиванием или любым другим допустимым символом.

1.8. Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета

Зачет осуществляется в рамках завершения изучения дисциплины (модуля) и позволяет определить качество усвоения изученного материала, а также степень сформированности компетенций.

Студенты обязаны сдавать зачет в строгом соответствии с утвержденными учебными планами, разработанными согласно образовательным стандартам высшего образования.

Зачет принимается по билетам, содержащим два вопроса.

Экзаменатору предоставляется право задавать студентам вопросы в рамках билета, а также, помимо теоретических вопросов, предлагать задачи практико-ориентированной направленности по программе данного курса.

При явке на зачет обучающиеся обязаны иметь при себе зачетную книжку, которую они предъявляют экзаменатору в начале зачета, письменные принадлежности.

На подготовку к ответу на билет на зачете отводится 40 минут.

Результат зачета выражается оценками «зачтено», «незачтено».

За нарушение дисциплины и порядка студенты могут быть удалены с зачета.

II. Планы практических занятий

Тема 1 «Обзор инструментов цифрового маркетинга»

План:

1. Какие сектора интернет-пространства можно выделить?
2. Существуют ли межсекторальные структуры интернет-пространства? Приведите примеры.
3. Назовите разницу в понятиях рынка, виртуального рынка и интернет-рынка.
4. Что такое фирма?
5. По каким критериям могут классифицироваться рынки? Приведите примеры классификаций рынков.
6. Что такое маркетинг?
7. Опишите основные концепции маркетинга.
8. Какая из концепций маркетинга, по вашему мнению, наиболее широко распространена на сегодняшний день?
9. Приведите примеры моделей комплекса маркетинга. Назовите и кратко опишите элементы модели 4P.
10. В чем особенность модели комплекса маркетинга для интернет-рынка?
11. Опишите основные тенденции развития интернет-рынка в России.

Тема 2 «Разработка стратегии цифрового маркетинга»

План:

1. Что такое цена и каково ее место в маркетинг-миксе?
2. Каковы основные этапы ценообразования?
3. Назовите основные задачи ценообразования.
4. Что влияет на чувствительность потребителя к цене?
5. Что подразумевает базовая модель принятия решения о покупке?
6. Что входит в издержки сделки?
7. К какому типу транзакционных издержек относятся переговоры об условиях сделки?
8. Каковы основные критерии эффективности поисковой оптимизации?
9. В чем разница между содержательной и формальной релевантностями сайта?

10. Приведите факторы, которые оказывают влияние на поисковую оптимизацию?
11. Примером какого таргетинга являются файлы cookie?
12. В чем разница между белой, серой и черной поисковой оптимизацией?
13. Приведите примеры вирусного маркетинга в Интернете.
14. Какой продукт первым был разрекламирован с помощью вирусного маркетинга?
15. В чем заключается полная модель ценообразования на интернет-рынке?

Тема 3 «E-mail маркетинг»

План:

1. Что такое транзакционные электронные письма?
2. Какие советы по созданию email-кампании вы можете привести?
3. Подготовьте письмо для рассылки информации о вашей компании, продукте(ах) или услуге(-ах) с помощью сервиса Sendpulse.

Постарайтесь создать дизайн письма, который привлечет внимание ваших потребителей.

С вниманием отнеситесь к тексту вашего письма. Оно должно быть содержательным, грамотным, если вы хотите вставить интересную «вирусную» информацию, она должна быть напрямую связанной с вашей компанией.

Разошлите ваше письмо по одноклассникам с возможностью обратной связи.

Тема 4 «Создание и оптимизация одностраничного сайта»

План:

Выполнение практического задания (см. приложение 2).

Тема 5 «Маркетинг в социальных сетях»

План:

1. Виды социальных сетей и блог-платформ.
2. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях.
3. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях.
4. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений.
5. Принципы работы инструментов и аналитика.
6. Какие маркетинговые активности можно проводить в социальных сетях?
7. В чем заключается пассивный подход работы с социальными сетями?
8. Что такое SMO?

Тема 6 «Управление проектами в цифровом маркетинге»

План:

1. Этапы разработки проектов в сети Интернет.
2. Особенности выбора поставщиков.
3. Виды систем управления сайтом.
4. Usability тестирование.
5. Варианты хостинга.

Тема 7 «Интернет-реклама»

План:

1. Медиапланирование и принципы подбора площадок.

2. Аффинитивность и способы определения соответствия целевой аудитории.
3. Принципы закупки медийной рекламы.
4. Разработка рекламных материалов.
5. Виды баннеров.
6. Нестандартные размещения.
7. Этапы разработки креатива.
8. Особенности использования систем контекстной рекламы.
9. Виды систем.
10. Подбор ключевых фраз и оценка спроса с помощью инструментов Wordstat Яндекс.
11. Особенности создания рекламных кампаний с таргетированием на поиск и рекламную сеть.
12. Создание структуры рекламной кампании.
13. Какие виды интернет-рекламы вы знаете?
14. Приведите примеры методов расчетов стоимости рекламной интернет-кампании.
15. Какие виды таргетинга вы знаете?
16. В чем разница между поисковой контекстной рекламой и контекстно-зависимой?

Тема 8 «Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний»

План:

1. В чем основное предназначение веб-аналитики?
2. Задачи и возможности веб-аналитики.
3. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики.
4. Виды способов сбора данных.
5. Настройка целей и анализ конверсий.
6. Использование карты кликов от «Яндекс.
7. Метрика» для анализа эффективности рекламных кампаний с использованием UTM-меток.