Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра экономической информатики

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н. Эзрох Ю. С.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ПРОСТОЙ НЕКВАЛИФИЦИРОВАННОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
31.08.2026
Владелец: д.э.н. Эзрох Ю. С.
Срок действия: не ограничен
Адрес хранения электронного документа:
https://www.nstu.ru/university/info/sveden/education

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Цифровой маркетинг

Образовательная программа: 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль: Технологии анализа данных в бизнесе и управлении

Курс: 2, семестр : 3

Факультет бизнеса,

		Семестр
№	**Вид деятельности**	**3**
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	4
2	Всего часов	144
3	Всего занятий в контактной форме, час.	52
4	Лекции, час.	16
5	Практические занятия, час.	0
6	Лабораторные занятия, час.	32
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	9
8	из них практической подготовки, час.	30
9	Аттестация, час.	2
10	Консультации, час.	2
11	Самостоятельная работа, час.	92
12	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ(Р)/реферат, подготовка к контрольной работе)	контр.
13	Вид аттестации	3

Новосибирск 2026

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 38.03.05 Бизнес-информатика

ФГОС введен в действие приказом №838 от 29.07.2020 г. , дата утверждения: 19.08.2020 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, формируемая участниками образовательных отношений, по выбору студента

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 38.03.05 Бизнес-информатика

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

ЭИ, 31.08.2026

Утверждена на совете факультета бизнеса, протокол № 9 от 31.08.2026

Заведующий кафедрой:

доцент, д.э.н. Эзрох Ю. С.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Эзрох Ю. С.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Группа	Компетенции
	Индикаторы достижения компетенций
Профессиональные компетенции	ПК-6.В/ПР Способен управлять продвижением бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий
	ПК-6.В/ПР. 1 Знает теоретические основы продвижения бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий
	ПК-6.В/ПР. 2 Умеет осуществлять продвижение бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий
	ПК-6.В/ПР. 3 Владеет навыками управления продвижением бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий

2. Требования НГТУ к планируемым результатам обучения, соотнесенным с индикаторами достижения компетенций

Таблица 2.1

Индикаторы достижения компетенций / Результаты обучения	Формы организации занятий
ПК-6.В/ПР. 1 Знает теоретические основы продвижения бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий	
Применяет теоретические основы продвижения бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий	Лекции; Самостоятельная работа
ПК-6.В/ПР. 2 Умеет осуществлять продвижение бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий	
Готов осуществлять продвижение бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий	Лабораторные работы; Самостоятельная работа
ПК-6.В/ПР. 3 Владеет навыками управления продвижением бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий	
Имеет опыт управления продвижением бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий	Лабораторные работы; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Часы	Из них в форме практ. подг., час.	Активные формы, час.	Индикаторы достижения компетенций	Учебная деятельность
Семестр: 3					
Дидактическая единица: Основы цифрового маркетинга					
1. Маркетинговые основы изучения ведения бизнеса в цифровой среде	4	0	0	ПК-6.В/ПР.1	Лекция 1. Понятие маркетинга. 2. Концепции маркетинга. 3. Принципы маркетинга. 4. Основные понятия маркетинга. 5. Комплекс маркетинга. 6. Поведение потребителей на Интернет-рынке .

2. Методы исследования в цифровом маркетинге	4	0	0	ПК-6.В/ПР.1	Лекция 1. Цель маркетинговых исследований. 2. Методы маркетингового исследования. 3. Процесс маркетингового исследования. 4. Требования к данным собранным в процессе маркетингового исследования. 5. Первичные и вторичные данные в маркетинговом исследовании. 6. Работа с вторичной информацией. 7. Контент-анализ. 8. Анкетирование как метод исследования. 9. Качественные исследования (наблюдение, интервью).
3. Digital Marketing в системе маркетинга организации	4	0	0	ПК-6.В/ПР.1	Лекция 1. Сущность и основные определения цифрового маркетинга. 2. Отличия цифрового маркетинга от интернет маркетинга. 3. Инструменты и определения Digital Marketing. 4. Контент-план. 5. SMM. 6. Таргетированная реклама. 7. Landing страница. 8. SEO – Search Engine Optimization. 9. Маркетинговая стратегия. 10. Email маркетинг. 11. Маркетинг влияния. 12. Партнерский маркетинг - Affiliate marketing. 13. CPM - cost per mile. 14. CPC - cost per click. 15. CPA - Cost-Per-Action. 16. ROI - Return On Investment. 17. Характеристики хорошей Digital стратегии. 18. Метрики в Digital.

4. Стратегии в цифровом маркетинге	4	0	0	ПК-6.В/ПР.1	Лекция 1. Маркетинговые стратегии: сущность, факторы, виды. 2. Система маркетинговых стратегий для различных уровней, видов, объектов управления и деятельности. 3. Корпоративные маркетинговые стратегии. Конкурентные стратегии. 4. Функциональные маркетинговые стратегии. Стратегии сегментации. 5. Стратегия комплекса маркетинга. 6. Инструментальные маркетинговые стратегии. 7. Воронка продаж и понятие конверсии 8. Метрическое обеспечение маркетинговой аналитики 9. Инструментальное обеспечение маркетинговой аналитики

Темы лабораторных работ	Часы	Из них в форме практ. подг., час.	Активные формы, час.	Индикаторы достижения компетенций	Учебная деятельность
Семестр: 3					
Дидактическая единица: Практика ведения бизнеса в цифровой среде					
1. Социально-этичный маркетинг	2	1	0	ПК-6.В/ПР.2	Лабораторная работа
2. Боли и нужды потребителя	2	2	1	ПК-6.В/ПР.2 ,ПК-6.В/ПР. 3	Лабораторная работа
3. Эволюция комплекса маркетинга в цифровой среде	2	1	1	ПК-6.В/ПР.2	Лабораторная работа
4. Коммуникации в маркетинговой команде	2	2	2	ПК-6.В/ПР.3	Лаборатоная работа
5. Аналитическое командообразование в маркетинговой команде	2	2	1	ПК-6.В/ПР.3	Лабораторная работа
6. Вторичная и первичная маркетинговая информация	2	2	1	ПК-6.В/ПР.2 ,ПК-6.В/ПР. 3	Лабораторная работа
7. Метрики в цифровом маркетинге	2	2	0	ПК-6.В/ПР.2	Лабораторная работа
8. Маркетинговый анализ	6	6	1	ПК-6.В/ПР.2	Лабораторная работа
9. Разработка уникального торгового предложения	2	2	1	ПК-6.В/ПР.2 ,ПК-6.В/ПР. 3	Лабораторная работа

10. Разработка стратегии продвижения в цифровой среде	2	2	1	ПК-6.В/ПР.2 ,ПК-6.В/ПР. 3	Лабораторная работа
11. Разработка маркетингового плана	2	2	0	ПК-6.В/ПР.2 ,ПК-6.В/ПР. 3	Лабораторная работа
12. Анализ фирменного стиля организации	2	2	0	ПК-6.В/ПР.2 ,ПК-6.В/ПР. 3	Лабораторная работа
13. Разработка рекламной кампании в цифровой среде	2	2	0	ПК-6.В/ПР.3	Лабораторная работа
14. Аналитика рекламных кампаний в цифровой среде	2	2	0	ПК-6.В/ПР.3	Лабораторная работа

3.1 Практическая подготовка

Таблица 3.2

№	Темы занятий	Формы организации занятий	Содержание практической подготовки (виды работ)
1	Социально-этичный маркетинг	Лб	Выполняет следующие виды работ: учится определять разницу между манипулятивным маркетингом и социально-этичным подходом в интернете, а также научиться создавать полезный контент для брендов.
2	Боли и нужды потребителя	Лб	Выполняет следующие виды работ: проходит полный цикл продуктового исследования (исследовательский пайплайн): от формирования гипотез до создания бумажного прототипа, решающего конкретную боль пользователя.
3	Эволюция комплекса маркетинга в цифровой среде	Лб	Выполняет следующие виды работ: анализирует бизнес с разных точек зрения — от внимания на организации (4P) до современных клиентоцентричных моделей (4C, 4A, SIVA).
4	Коммуникации в маркетинговой команде	Лб	Выполняет следующие виды работ: вырабатывает навыки командного решения проблем, группового взаимодействия, выстраивания целенаправленного диалога
5	Аналитическое командообразование в маркетинговой команде	Лб	Выполняет следующие виды работ: анализирует и определяет роли участников команды, формирует сбалансированную маркетинговую команду
6	Вторичная и первичная маркетинговая информация	Лб	Выполняет следующие виды работ: оперативный поиск, фильтрация, классификация и экспресс-анализ цифровой маркетинговой информации (первичных и вторичных данных) в условиях ограниченного времени с использованием бесплатных профессиональных инструментов веб-аналитики

7	Метрики в цифровом маркетинге	Лб	Выполняет следующие виды работ: рассчитывает базовые и продвинутые маркетинговые метрики; анализирует сходимость юнит-экономики на основе жизненного цикла клиента; формулирует аргументированные выводы для оптимизации рекламных кампаний
8	Маркетинговый анализ	Лб	Выполняет следующие виды работ: анализирует заинтересованные стороны, анализирует внешнее окружение организации, её внутренние параметры.
9	Разработка уникального торгового предложения	Лб	Выполняет следующие виды работ: формулирует уникальное торговое предложение организации, предлагает альтернативное название
10	Разработка стратегии продвижения в цифровой среде	Лб	Выполняет следующие виды работ: формулирует по проведенному ранее анализу стратегию продвижения организации в цифровой среде, заполняет соответствующий бриф
11	Разработка маркетингового плана	Лб	Выполняет следующие виды работ: разрабатывает разные формы маркетингового плана организации с учетом проведенного ранее анализа
12	Анализ фирменного стиля организации	Лб	Выполняет следующие виды работ: анализирует элементы визуальной идентификации бренда, в том числе и в цифровой среде, оценивает их эффективность, выявляет коммуникационные и технические ошибки, а также формулирует аргументированные предложения по улучшению, заполняет бриф на разработку фирменного стиля
13	Разработка рекламной кампании в цифровой среде	Лб	Выполняет следующие виды работ: разрабатывает рекламную компанию организации в цифровой среде, разработывает лендинговую страницу
14	Аналитика рекламных кампаний в цифровой среде	Лб	Выполняет следующие виды работ: анализирует рекламные кампании организации в цифровой среде, оценивает их эффективность

3.2 Самостоятельная работа обучающегося

Таблица 3.3

№	Виды самостоятельной работы	Индикаторы достижения компетенций	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 3				
1	Контрольные работы	ПК-6.В/ПР.2,ПК-6.В/ПР.3	15	1
Проводит анализ рынка цифровых продуктов: Деева К. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024.- 61, [2] с. : ил.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=227381				
2	Подготовка к занятиям	ПК-6.В/ПР.1,ПК-6.В/ПР.2	38	0

Чтение основной и дополнительной литературы. Подготовка к ответам на вопросы на практических занятиях. Подготовка отчетов по темам лабораторных работ: Назаркина В. А. Маркетинговые исследования рынка : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, Н. В. Барайщук; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2022].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=223222.- Загл. с титул. экрана. Деева К. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024.- 61, [2] с. : ил.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=227381				
3	Подготовка к аттестации	ПК-6.В/ПР.2,ПК-6.В/ПР.3	39	1
Систематизация теоретических сведений, подготовка ответов на вопросы по курсу: Лямзин О. Л. Управление маркетинговыми коммуникациями в цифровой среде : массовый открытый онлайн курс / О. Л. Лямзин, М. Е. Цой, О. О. Витхин, В. А. Назаркина, Е. В. Дикаленко; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2023].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=226419 https://vk.com/video-218969155_456239077?list=ln-jnVQ4MGOjVXm4Cp3td.- Загл. с титул. экрана Рецензируемое электронное учебное издание НГТУ. Деева К. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024.- 61, [2] с. : ил.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=227381				

3.3 Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 3.4).

Таблица 3.4

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	e-mail; Портал НГТУ; Социальные сети; Среда электронного обучения НГТУ
Консультирование	e-mail; Социальные сети; Среда электронного обучения НГТУ
Контроль	Среда электронного обучения НГТУ
Размещение учебных материалов	Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС

4. Правила аттестации обучающихся по дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставлять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 4.1.

Таблица 4.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Мин. балл	Максимальный балл
Семестр: 3		
Лабораторная:	30	60
Контролирующие материалы приводятся в "Назаркина В. А. Маркетинговые исследования рынка : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, Н. В. Барайщук; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2022].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=223222.- Загл. с титул. экрана."		
Контрольные работы:	10	20
Контролирующие материалы приводятся в "Деева К. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024.- 61, [2] с. : ил.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=227381"		
Зачет:	10	20

Контролирующие материалы приводятся в "Деева К. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024.- 61, [2] с. : ил.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=227381"

В таблице 4.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 4.2

Коды компетенций	Индикаторы достижения компетенций	Формы контроля		
		Защита Л/Р	Контр. раб.	Зачет
ПК-6.В/ПР	ПК-6.В/ПР 1. Знает теоретические основы продвижения бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий		+	+
	ПК-6.В/ПР 2. Умеет осуществлять продвижение бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий	+	+	+
	ПК-6.В/ПР 3. Владеет навыками управления продвижением бизнес-продуктов предприятия-заказчика во внешнюю среду с помощью информационных технологий	+	+	+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

5. Литература

Основная литература

1. Асланова И. В. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. В. Асланова ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2022.- 74, [1] с. : ил., табл.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=223350

2. Гамидуллаева, Л. А. Цифровой маркетинг : учебник / Л.А. Гамидуллаева, С.В. Зинченко, Е.М. Бижанова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 281 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2234130. - ISBN 978-5-16-021675-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2234130 (дата обращения: 27.10.2026). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

1. Кулагин, В. Digital @ Scale: настольная книга по цифровизации бизнеса / В. Кулагин, А. Сухаревски, Ю. Мефферт. - Москва : Интеллектуальная Литература, 2019. - 293 с. - ISBN 978-5-60428-789-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1077951 (дата обращения: 05.07.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса : учебное пособие / Ю.Д. Романова, Л.П. Дьяконова, Н.А. Женова [и др.]. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 257 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — DOI 10.12737/1073931. - ISBN 978-5-16-017592-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1862701 (дата обращения: 05.07.2022). – Режим доступа: по подписке.

3. Шмаков А. В. Поведение потребителей: закономерности мышления и механизмы управления : электронный учебно-методический комплекс / А. В. Шмаков ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2023].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=225807.- Загл. с титул. экрана.

4. Михальчук, Е. К. Предпринимательская деятельность в цифровой экономике : учебное пособие / Е. К. Михальчук, И. С. Найденко ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Юного федерального университета, 2026. - 104 с. – ISBN 978-5-9275-5256-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2273298 (дата обращения: 27.10.2026). – Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы

1. Яндекс.Директ [Электронный ресурс]. - ООО "Яндекс", 2001-2018. - Режим доступа: https://direct.yandex.ru/. - Загл. с экрана.

2. Goodle.Реклама [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://ads.google.com. - Загл. с экрана.

3. АПКИТ : Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий : сайт. – Москва. – URL: https://apkit.ru/ (дата обращения: 18.03.2022). – Текст : электронный.

4. Хабр : сайт. – 2006– . – URL: https://habr.com/ru/all/ (дата обращения: 04.05.2022). – Хабр – крупнейший в Европе ресурс для IT-специалистов. – Текст : электронный.

6. Методическое и программное обеспечение, информационные технологии

6.1 Методическое обеспечение

1. Дудкина М. П. Организация самостоятельной работы студентов Новосибирского государственного технического университета : учебно-методическое пособие / М. П. Дудкина, Ю. В. Никитин ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2022.- 61, [1] с. : табл.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=223022

2. Лямзин О. Л. Управление маркетинговыми коммуникациями в цифровой среде : массовый открытый онлайн курс / О. Л. Лямзин, М. Е. Цой, О. О. Витхин, В. А. Назаркина, Е. В. Дикаленко; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2023].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=226419 https://vk.com/video-218969155_456239077?list=ln-jnVQ4MGOjVXm4Cp3td.- Загл. с титул. экрана Рецензируемое электронное учебное издание НГТУ.

3. Деева К. А. Интернет-маркетинг : учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов ; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024.- 61, [2] с. : ил.- Текст : непосредственный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=227381

4. Назаркина В. А. Маркетинговые исследования рынка : электронный учебно-методический комплекс / В. А. Назаркина, Н. В. Барайщук; Новосиб. гос. техн. ун-т.- Новосибирск, [2022].- Текст : электронный.- Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=223222.- Загл. с титул. экрана.

6.2 Специализированное программное обеспечение

1 Пакет офисных приложений Microsoft Office

2 Операционная система Microsoft Windows

3 НГТУ DiSpace - среда электронного обучения НГТУ

4 редактор диаграмм и блок-схем для Windows Microsoft Visio

5 Справочная правовая система ООО "Локсит" СПС "КонсультантПлюс"

6.3 Информационные технологии

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине применяются элементы дистанционных образовательных технологий, а также синхронного и асинхронного взаимодействия в электронной информационно-образовательной среды НГТУ.

7. Материально-техническое обеспечение

Презентационное оборудование

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	чтение лекций и демострация презентаций

Компьютерный класс

№	Наименование	Назначение
1	Компьютерный класс (Компьютеры объединены в локальную сеть с выходом в Internet)	решение практических задач и РГЗ